



**IEDM**

Des idées  
pour une société  
plus prospère



**LES CAHIERS  
DE RECHERCHE**

**JANVIER 2020**

# **IMPOSITION DES GÉANTS TECHNOLOGIQUES POURQUOI LE CANADA NE DOIT PAS SUIVRE LE CONTRE-EXEMPLE FRANÇAIS**

Par Nicolas Marques et Peter St. Onge, en collaboration avec Gaël Campan



Gare Windsor, bureau 351  
1100, avenue des  
Canadiens-de-Montréal  
Montréal (Québec)  
H3B 2S2, Canada

Téléphone : 514-273-0969  
Télécopieur : 514-273-2581  
Site Web : [iedm.org](http://iedm.org)

L'Institut économique de Montréal (IEDM) est un organisme de recherche et d'éducation indépendant, non partisan et sans but lucratif. Par ses études et ses conférences, l'IEDM alimente les débats sur les politiques publiques au Québec et partout au Canada en proposant des réformes créatrices de richesse et fondées sur des mécanismes de marché. Il n'accepte aucun financement gouvernemental.

Les opinions émises dans cette publication ne représentent pas nécessairement celles de l'IEDM ou des membres de son conseil d'administration. La présente publication n'implique aucunement que l'IEDM ou des membres de son conseil d'administration souhaitent l'adoption ou le rejet d'un projet de loi, quel qu'il soit.

Reproduction autorisée à des fins éducatives et non commerciales à condition de mentionner la source.

©2020 Institut économique de Montréal  
ISBN 978-2-925043-01-0

Dépôt légal : 1<sup>er</sup> trimestre 2020  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
Bibliothèque et Archives Canada  
Imprimé au Canada

Nicolas Marques

Peter St. Onge

En collaboration avec Gaël Campan

Imposition des géants technologiques  
**Pourquoi le Canada ne doit pas  
suivre le contre-exemple français**

Institut économique de Montréal

•

Janvier 2020



**IEDM**

Des idées  
pour une société  
plus prospère



## TABLE DES MATIÈRES

POINTS SAILLANTS.....	5
INTRODUCTION.....	9
CHAPITRE 1 – LE CONTRE-EXEMPLE FRANÇAIS.....	11
CHAPITRE 2 – LE TRAITEMENT FISCAL DES GAFA.....	15
CHAPITRE 3 – UNE TAXE ADDITIONNELLE DE 3 % N’EST PAS BANALE.....	21
CHAPITRE 4 – UNE TAXE QUI PÉNALISERA LES ENTREPRISES ET LES CONSOMMATEURS CANADIENS .....	27
CHAPITRE 5 – DES RISQUES INTERNATIONAUX POUR LE COMMERCE ET LES FINANCES PUBLIQUES .....	33
CONCLUSION .....	35
ANNEXE – PRÉCISIONS SUR LES CALCULS .....	37
À PROPOS DES AUTEURS .....	45



## POINTS SAILLANTS

Pendant la campagne électorale de 2019, le Parti libéral avait promis de taxer à hauteur de 3 % le chiffre d'affaires des géants du web réalisé au Canada. Les revenus visés seraient ceux provenant des services de ciblage publicitaires et d'intermédiation numérique (*marketplaces*), et réalisés par les sociétés présentant des revenus mondiaux de plus de 1 milliard \$ par année et de plus de 40 millions \$ au Canada, dont Google, Amazon, Facebook et Apple (aussi appelées « GAFAs »). Même si Ottawa a récemment dit vouloir attendre le dénouement des travaux de l'OCDE, la démarche envisagée par le gouvernement fédéral mérite un examen approfondi.

Notre analyse détaillée montre que ces géants technologiques paient des impôts à des taux égaux ou supérieurs en moyenne à ceux des grandes entreprises canadiennes. De plus, l'expérience française confirme que cette taxe sera vraisemblablement payée par les consommateurs canadiens et les entreprises canadiennes, ce qui pose des risques du point de vue de la concurrence et du choix des consommateurs.

### Chapitre 1 – Le contre-exemple français

- En France, la mise en place d'une taxation spécifique des grandes entreprises technologiques a été présentée au public comme « une question de justice ». Faute de pouvoir déterminer les profits exacts dans un pays donné, la solution consistait à taxer le chiffre d'affaires réalisé par ces entreprises dans chaque pays.
- Adoptée en juillet 2019, la taxe française vise les revenus tirés de la publicité, les revenus issus des frais d'intermédiation réalisés par les *marketplaces* et la revente des données personnelles des utilisateurs à des fins de publicité. Elle touche les entreprises présentant un chiffre d'affaires d'au moins 750 millions d'euros à l'échelle mondiale et d'au moins 25 millions d'euros en France, et s'applique au taux de 3 % du chiffre d'affaires.

### Chapitre 2 – Le traitement fiscal des GAFAs

- On entend parfois que les GAFAs bénéficient globalement d'un traitement fiscal plus favorable que celui des grandes entreprises canadiennes.
- L'analyse des résultats annuels des GAFAs montre plutôt que, loin d'échapper à l'impôt, elles sont fiscalisées de façon significative, avec un taux d'imposition moyen sur leurs profits de 24 % sur cinq et dix ans.

- L'analyse des taux d'imposition effectifs des grandes entreprises canadiennes montre que le taux d'imposition moyen des GAFAs est semblable ou supérieur. Le prétendu avantage fiscal dont bénéficieraient les GAFAs n'est pas étayé par les faits. Les chiffres montrent même que ce sont plutôt les entreprises et l'économie canadiennes qui ont été favorisées par rapport aux entreprises américaines dans un passé récent.
- La donne a cependant radicalement changé depuis les réformes mises en place par l'administration Trump. L'enjeu pour le Canada n'est pas l'instauration d'une taxe compensant un prétendu avantage fiscal; il réside plutôt dans sa capacité à préserver la compétitivité de son économie, suite à la baisse de la fiscalité chez son voisin.
- De multiples études ont souligné l'impact négatif que l'impôt sur les sociétés peut avoir sur la croissance économique.

### Chapitre 3 – Une taxe additionnelle de 3 % n'est pas banale

- Le recours à une taxe supplémentaire sur le chiffre d'affaires est de nature à produire des effets pervers, selon une logique bien documentée par les économistes et les fiscalistes.
- Contrairement à l'impôt sur le revenu des entreprises, qui est en réalité perçu sur leur profit, les taxes sur le chiffre d'affaires sont calculées sur l'ensemble des activités d'une entreprise, que celle-ci soit profitable ou non. Une telle taxe pourra donc rendre une entreprise déficitaire. Les taxes sur le chiffre d'affaires sont parmi les plus décriées par les économistes.
- Le gain en termes de recettes publiques lié à la mise en place de la taxe sur le chiffre d'affaires est donc susceptible d'être en partie amputé par la baisse des recettes provenant de l'impôt sur le revenu – ou le profit – des entreprises. Leur fardeau fiscal s'en trouve néanmoins accru, et leur profitabilité réduite.
- Le gain pour les finances publiques peut être amoindri davantage si des entreprises délaissent un marché où une taxe sur le chiffre d'affaires est en vigueur au profit de marchés plus rentables. C'est sans compter l'impact non négligeable sur l'emploi, les salaires et l'économie en général.

- La marge de profit mondiale d'un acteur comme Amazon au cours des dix dernières années est de 2,5 %, soit en deçà du taux de 3 % prévu pour la taxe.
- Si la taxe sur les services numériques avait été appliquée sur l'ensemble des activités des entreprises du TSX 60 depuis dix ans, elle aurait effacé intégralement les profits de près du quart (22 %) d'entre elles.

## Chapitre 4 – Une taxe qui pénalisera les entreprises et les consommateurs canadiens

- La taxe sur le numérique va vraisemblablement pénaliser l'écosystème numérique canadien, ses entreprises en général et les consommateurs. La taxe canadienne ne pourra pas cibler unilatéralement des entreprises américaines. Une telle démarche serait jugée discriminatoire et pourrait exposer le Canada à des sanctions.
- En France, l'imposition d'une taxe de 3 % sur les revenus pourrait réduire à zéro la rentabilité d'une entreprise ou même la rendre déficitaire. Cela n'est pas de nature à encourager le développement des activités à plus faible marge, ce qui est souvent le lot des jeunes pousses actives dans le numérique.
- La taxe posera les mêmes problèmes au Canada. Un rapport récent du gouvernement fédéral a noté qu'en 2016, treize entreprises canadiennes actives dans le numérique présentaient des revenus annuels supérieurs à 1 milliard \$, tandis que 46 autres présentaient des revenus s'élevant entre 500 millions et 1 milliard \$. Ces entreprises pourraient éventuellement être soumises à la taxe et voir leur rentabilité diminuée ou anéantie.
- La théorie et l'histoire économiques ont montré que les taxes sont rarement payées par ceux que l'on croit ou que l'on souhaite taxer. Celui qui les assume est généralement le dernier au bout de la chaîne, le consommateur.
- Les grands acteurs mondiaux – notamment les GAFAs – ont la capacité de reporter l'essentiel du coût de la taxe sur le numérique sur leurs clients, leurs partenaires commerciaux, ou les deux. Selon une évaluation récente, plus de la moitié (55 %) de la charge totale liée à la nouvelle taxe française sera assumée par les consommateurs, 40 % par les entreprises utilisant les plateformes numériques et seulement 5 % par les grandes entreprises du numérique.

- Le 1<sup>er</sup> octobre 2019, Amazon a augmenté ses commissions afin de compenser le surcoût lié à la taxe numérique française. On peut donc s'attendre à ce que les entreprises américaines adaptent leurs services et leurs prix en fonction d'une éventuelle taxe canadienne.
- Certaines entreprises numériques ne pourront pas reporter l'impact de la taxe sur leurs partenaires commerciaux ou leurs clients. En fragilisant les acteurs canadiens n'ayant pas atteint une taille critique, la taxe pourrait favoriser les grands groupes américains déjà en place.
- En complexifiant l'équation économique des entreprises traditionnelles souhaitant se transformer en acteurs du numérique, la taxe pourrait contribuer à maintenir le fossé entre les entreprises traditionnelles et celles du numérique, pénalisant une fois de plus nos économies.

## Chapitre 5 – Des risques internationaux pour le commerce et les finances publiques

- En dépit des précautions prises par les autorités françaises, les autorités américaines ont entamé des procédures en vertu de l'article 301 de la *Loi de 1974 sur le commerce*.
- Après que l'Organisation mondiale du commerce (OMC) a autorisé les États-Unis à imposer des sanctions à l'Union européenne, ceux-ci ont ciblé en particulier la France et le vin français. Les États-Unis ont aussi menacé d'imposer des tarifs allant jusqu'à 100 % sur des importations françaises comme le champagne, le fromage, le yogourt et les produits cosmétiques.
- L'expérience française est de nature à crédibiliser et accélérer la réécriture des règles fiscales internationales sous la houlette de l'OCDE. Cette éventualité ne doit pas être prise à la légère. Par exemple, en France, les gains liés à la fiscalisation des entreprises du numérique seront probablement effacés en partie par une diminution des entrées fiscales provenant des grands groupes français présents à l'étranger.
- Le gouvernement fédéral canadien aurait avantage à évaluer précisément si les recettes fiscales additionnelles découlant de l'imposition des revenus des entreprises étrangères opérant au Canada compenseront la diminution de celles provenant d'entreprises canadiennes opérant dans le reste du monde.

Le succès phénoménal des GAFAs ne devrait pas faire oublier qu'elles ont suivi les règles fiscales applicables à l'ensemble des entreprises, dont celle qui veut que les impôts sur les profits des entreprises soient généralement payés dans le pays d'origine. La différence principale entre les GAFAs et d'autres multinationales est que leur croissance a été plus explosive, et leur succès plus perturbant pour les modèles d'affaires établis.

Les GAFAs sont mieux placées que d'autres entreprises moins matures pour refiler la facture aux consommateurs. Un alourdissement de la charge fiscale des entreprises du numérique pourrait freiner tant l'arrivée que la croissance de nouveaux joueurs et s'avérer un mur contre la concurrence.



## INTRODUCTION

Pendant la campagne électorale de l'automne 2019, le Parti libéral avait promis de taxer à hauteur de 3 % le chiffre d'affaires des géants du web réalisé au Canada. visés sont ceux provenant des services de ciblage publicitaires et d'intermédiation numérique (*marketplaces*), et réalisés par les sociétés présentant des revenus mondiaux de plus de 1 milliard \$ par année et de plus de 40 millions \$ au Canada. Cela concerne notamment Google, Amazon, Facebook et Apple, qu'on connaît aussi sous l'acronyme « GAFA »<sup>1</sup>.

Selon le Directeur parlementaire du budget (DPB), une telle taxe rapportera au gouvernement fédéral quelque 540 millions \$ la première année de son entrée en vigueur. Les recettes pourraient grimper à 730 millions \$ la quatrième année (voir le Tableau I-1), et éventuellement dépasser le milliard. Cependant, de l'aveu même du DPB, cette évaluation « comporte un degré d'incertitude élevé »<sup>2</sup>.

À l'instar de la France, cette taxe serait en vigueur jusqu'à ce que les pays membres de l'OCDE s'entendent sur une forme de taxation des revenus des géants technologiques, le principe général étant que ceux-ci paient des impôts sur les profits dans les pays où ils génèrent leurs revenus<sup>3</sup>.

Au Québec, le premier ministre François Legault s'est montré pour sa part réticent à la mise en place d'une

forme de taxation des activités canadiennes de ces entreprises avant que l'OCDE ne fasse connaître sa proposition finale, disant préférer qu'un nouveau régime soit adopté par « tous les pays de l'OCDE en même temps »<sup>4</sup>. À la mi-décembre, le premier ministre canadien, Justin Trudeau, a dit lui aussi vouloir attendre la fin des travaux de l'OCDE, qui vise à conclure un accord mondial d'ici juin 2020<sup>5</sup>.

**L'expérience française montre que ce genre de taxe cause plus de problèmes qu'elle n'en résout et risque même d'être contre-productive pour l'économie canadienne.**

Malgré la retenue récente affichée par Ottawa, la démarche envisagée par le gouvernement fédéral, semblable à celle qui vient d'être mise en œuvre en France, mérite d'être analysée en détail. L'expérience française montre en effet que malgré que la taxation des entreprises étrangères puisse être politiquement tentante, ce genre de taxe cause plus de problèmes qu'elle n'en résout et risque même d'être contre-productive pour l'économie canadienne.

Tableau I-1

Recettes fiscales attendues de l'imposition des revenus des grandes entreprises technologiques au Canada				
Période	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024
Millions \$	540	600	660	730

Source : Bureau du directeur parlementaire du budget, « Estimation des coûts d'une proposition faite en campagne électorale, Imposition des grandes entreprises technologiques », Parlement du Canada, 29 septembre 2019.

1. Philippe-Vincent Foisy, « Les libéraux veulent imposer les géants du web, dont Netflix », Radio-Canada, 29 septembre 2019; Parti libéral du Canada, *Avancer – Un plan concret pour la classe moyenne*, 29 septembre 2019, p. 85.

2. Bureau du directeur parlementaire du budget, « Estimation des coûts d'une proposition faite en campagne électorale, Imposition des grandes entreprises technologiques », Parlement du Canada, 29 septembre 2019.

3. Joël-Denis Bellavance, « Trudeau entend taxer les géants du web... et augmenter la dette », *La Presse+*, 30 septembre 2019; *L'express*, « Taxe Gafa : l'accord France-États-Unis a-t-il sauvé le vin français ? », 27 août 2019.

4. Tommy Chouinard, « Taxer Google : François Legault appelle à la prudence », *La Presse*, 10 décembre 2019.

5. Rania Massoud, « Taxation des géants du web : Trudeau repousse l'échéance », Radio-Canada, 13 décembre 2019; Agence France-Presse, « Taxation des géants du numérique : l'OCDE vise un accord mondial d'ici juin », Radio-Canada, 18 octobre 2019.



## CHAPITRE 1

### Le contre-exemple français

La France a déployé d'intenses efforts depuis 2017 afin de mettre en place une taxation des « géants du numérique » au niveau européen et, à défaut, à l'échelle nationale. C'était une revendication de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances depuis mai 2017, suite à l'élection d'Emmanuel Macron à la présidence et à la nomination d'Édouard Philippe au poste de premier ministre.

M. Le Maire n'a manqué aucune occasion de mettre cet objectif de l'avant. Une intense opération de relations publiques a été déployée par le ministre, qui a fait de cet enjeu son cheval de bataille. La mise en place d'une taxation spécifique des grandes entreprises technologiques a été présentée au public français comme « une question de justice »<sup>6</sup>. Il s'agissait de « refuser que les géants du numérique aient un niveau de taxation en Europe de 14 points inférieur aux autres compagnies et aux autres entreprises manufacturières »<sup>7</sup>. Le ministre a rappelé ce supposé différentiel de taxation à de multiples reprises, que ce soit dans des discours ou des échanges avec la presse<sup>8</sup>. Officiellement, l'objectif était de s'assurer que « les GAFAs paient leurs impôts au niveau approprié »<sup>9</sup>. Faute de pouvoir déterminer les profits exacts dans un pays donné, la solution consistait d'après lui à taxer le chiffre d'affaires réalisé par ces entreprises dans chaque pays.

D'un point de vue politique, l'approche du ministre de l'économie et des finances était assez audacieuse. Issu d'un courant censé être favorable aux entreprises, M. Le Maire a ainsi repris des thèmes chers à ses opposants d'hier. Durant des décennies, une partie de la classe politique française a en effet multiplié les attaques à l'encontre des multinationales en général et des multinationales américaines en particulier. Si cette opposition avait décliné dans les années 1990, elle a repris de l'ampleur récemment. Les organisations non gouvernementales, qui sont de plus en plus actives dans le débat

public, ont repris ce combat au nom de la lutte contre la mondialisation et les inégalités qui en découleraient.

Du point de vue des finances publiques, l'approche du ministre Le Maire pouvait aussi apparaître ingénieuse. La France est devenue au fil des années un des pays les plus fiscalisés du monde. Les recettes de l'État représentaient 54 % du PIB en 2018. Ce niveau, hors norme, n'a d'égal que dans des pays pétroliers dont les recettes ne risquent pas de se tarir sous l'effet de la pression fiscale. La France se classe juste derrière la Libye, le Koweït et la Norvège, dont les recettes publiques représentent 63 %, 58 % et 55 % du PIB, respectivement<sup>10</sup>. On pourrait penser que consacrer une aussi grande part de l'économie aux recettes publiques serait largement suffisant pour équilibrer les comptes publics, mais ce n'est pas le cas. En France, le dernier équilibre budgétaire remonte à 1974. À l'époque, les recettes comme les dépenses publiques représentaient 40 % du PIB. Depuis, les dépenses ont augmenté de 16 points (56 % du PIB en 2018), tandis que les recettes augmentaient de 14 points (54 % en 2018). Le résultat a été une multiplication par six de la dette en termes relatifs en moins de deux générations (de 15 % du PIB en 1974 à 98 % en 2018)<sup>11</sup>.

**La mise en place d'une taxation spécifique des grandes entreprises technologiques a été présentée au public français comme « une question de justice ».**

L'État français, incapable d'équilibrer ses budgets, est toujours à la recherche de recettes supplémentaires. Il fait à cet égard preuve d'une très grande créativité fiscale, avec des démarches de moins en moins bien accueillies par les entrepreneurs et les contribuables<sup>12</sup>,

6. Ministère de l'Économie et des Finances, « Réconcilier les deux France », 5<sup>e</sup> Sommet de l'Économie, Discours de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, 6 décembre 2018.

7. Ministère de l'Économie et des Finances, Discours de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, Bercy, 16 novembre 2018.

8. Voir par exemple Ministère de l'Économie et des Finances, « Vœux à la presse », Discours de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, 14 janvier 2019.

9. Hervé Gattegno, « Fiscalité des GAFAs : Bruno Le Maire annonce une directive européenne à venir », *Le Journal du Dimanche*, 3 mars 2018.

10. Selon le FMI. World Economic Outlook Databases (WEO), octobre 2019.

11. Chiffres Eurostat.

12. La France est redevenue familière des mouvements spontanés anti-charges et impôts sous la présidence de François Hollande. Une fronde a débuté en septembre 2012, menée par de jeunes entrepreneurs contestant l'augmentation de l'imposition du gain en capital réalisé lors de la vente de leurs entreprises (mouvement des « pigeons »). Ils ont été imités par d'autres mouvements catégoriels : les « moineaux », les « moutons », les « abeilles », les « poussins », les « tondues » et les « bonnets jaunes ». En 2013, Pierre Moscovici, alors ministre de l'Économie et des Finances, parle de « ras-le-bol fiscal », mais les propositions d'impôts nouveaux ne s'arrêtent pas. La protestation prend encore de l'ampleur avec les « bonnets rouges » (2014). Voir par exemple Jean-Marc Daniel, *Les impôts : Histoire d'une folie française*, Tallandier, 2017 ou Jean-Baptiste Noé et Victor Fouquet, *La révolte fiscale*, Calman Lévy, 2019.



comme l'a illustré le mouvement des « gilets jaunes »<sup>13</sup>. Dans ce contexte, la création d'un impôt sur les acteurs du numérique n'assumant pas leur « juste part » d'impôt pouvait sembler aller de soi. En première analyse, il était possible de ne pas réaliser que cette démarche pénalisera les entreprises et les consommateurs français, quoiqu'il est avéré qu'une grande proportion de Français sont conscients des travers de la taxe numérique<sup>14</sup>.

Le choix d'une taxe sur le chiffre d'affaires plutôt que sur les profits n'est pas neutre. La France est championne

13. Fin 2018, la contestation fiscale a repris sous la présidence d'Emmanuel Macron avec les « gilets jaunes », un mouvement notamment lié aux taxes sur le diesel utilisé par les automobilistes. Voir pour une analyse de ce mouvement : Jérôme Fourquet, « La fin de la grande classe moyenne », Fondation Jean-Jaurès, 15 mai 2019, et pour une description de la fiscalité française sur les carburants : Nicolas Marques et Cécile Philippe, *La fiscalité sur les carburants et les cigarettes. Comment l'automobiliste et le fumeur ont été transformés en « vaches à lait » avec 60 milliards de taxes*, Institut économique Molinari, octobre 2019.

14. Si 64 % des français sont favorables à la taxe GAFA, 67 % considèrent qu'elle fera augmenter les prix des biens et services des entreprises concernées, 51 % considèrent qu'appeler « taxe GAFA » une taxe sur les entreprises du numérique est démagogique, 48 % pensent que la taxe portera atteinte à la capacité d'innovation des entreprises en France, 48 % pensent que la taxe portera atteinte à l'emploi en France et 47 % qu'elle empêchera l'émergence de concurrents sérieux aux grands acteurs internationaux. Jean-Daniel Lévy, « Les Français et la taxe sur les entreprises du numérique », Harris Interactive, 6 mars 2019.

**Durant des décennies, une partie de la classe politique française a multiplié les attaques à l'encontre des multinationales en général et des multinationales américaines en particulier.**

des impôts prélevés en amont des profits. Elle a multiplié les taxes particulières sur toute une série d'activités économiques (assurance, mutuelles, sucre, tabac, etc.). En tout, les impôts de production qu'elle prélève sont de l'ordre de 105 milliards d'euros, soit autant que dans 23 pays de l'Union européenne réunis, Allemagne comprise<sup>15</sup>. Les recettes générées par ce prélèvement fiscal représentent 4,5 % du PIB français, contre 2,3 % en moyenne dans l'Union européenne. Même si l'expérience a montré que ces taxes sont pénalisantes pour l'économie et/ou les consommateurs français, la mise en place de ces taxes spécifiques a suscité peu de résistances.

15. Voir par exemple Nicolas Marques et Cécile Philippe, *op. cit.*, note 13, p. 15.

## Échec en Europe et mise en œuvre en France

Le ministre de l'Économie et des Finances comptait initialement sur une taxation européenne ciblant les revenus issus de la publicité en ligne, de l'intermédiation des plateformes et de la revente de données. Cette taxe devait représenter entre 2 à 6 % du chiffre d'affaires des entreprises concernées<sup>16</sup>, chiffre affiné ensuite à 3 %. Elle devait être formalisée dans une directive construite à partir d'une proposition commune émanant de Paris, Berlin, Madrid et Rome, présentée en septembre 2017 lors du conseil informel des ministres des Finances de l'UE<sup>17</sup>. La taxe devait rapporter de trois à quatre milliards d'euros, dont 500 millions pour la France, si l'on ne tient pas compte de l'effet négatif lié à une baisse mécanique des recettes fiscales provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés ou à une moindre croissance de l'assiette fiscale.

**L'État français, incapable d'équilibrer ses budgets, est toujours à la recherche de recettes supplémentaires.**

En dépit d'un intense lobbying et du soutien du commissaire européen Pierre Moscovici, cette démarche a échoué. Elle n'était pas soutenue intégralement par les Allemands, qui avaient peur que les Américains répliquent en taxant les automobiles que les premiers leur vendent. Elle était combattue par l'Irlande et par les pays scandinaves, notamment la Suède, qui veut protéger Spotify, son géant du numérique et leader mondial du streaming musical. Face à l'absence d'unanimité, Bruno Le Maire s'est replié sur une approche plus réduite au niveau européen, tout en annonçant un passage à l'acte en France en 2019.

Lors des débats sur le projet de loi de finances pour 2019 (l'équivalent du budget, au Québec et au Canada), M. Le Maire déclarait vouloir « taxer les géants du numérique dès 2019 », avec une taxe sur « les revenus tirés de la publicité, les revenus issus des frais d'intermédiation réalisés par les *market places*; et la revente des données personnelles des utilisateurs à des fins de

publicité »<sup>18</sup>. La taxe française, finalement adoptée en juillet 2019, est applicable de façon rétroactive à compter du 1<sup>er</sup> janvier de la même année<sup>19</sup>. Elle touche les entreprises présentant un chiffre d'affaires d'au moins 750 millions d'euros à l'échelle mondiale provenant des services visés par la taxe et d'au moins 25 millions d'euros en France. Elle s'applique au taux de 3 % du chiffre d'affaires en question.

La taxe était censée rapporter au départ 500 millions d'euros, mais le gain net a été ramené à 400 millions pour 2019 en raison de son effet négatif sur l'impôt sur les sociétés<sup>20</sup>. Elle devrait rapporter 459 millions d'euros en 2020<sup>21</sup>, 550 millions en 2021 et 650 millions en 2022<sup>22</sup>, si l'on se fie aux prévisions du gouvernement français.

18. Ministère de l'Économie et des Finances, Discours à l'occasion de la 2<sup>ème</sup> lecture du Projet de loi de finances pour 2019, Assemblée Nationale, 17 décembre 2018.

19. Legifrance, *Loi n° 2019-759 du 24 juillet 2019 portant création d'une taxe sur les services numériques et modification de la trajectoire de baisse de l'impôt sur les sociétés*, Journal officiel de la République française, 25 juillet 2019.

20. La taxe, prélevée sur les revenus et non sur les profits, comprimera ces derniers et, conséquemment, les recettes provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés. Comme l'a expliqué le ministre : « Cela aura pour effet de réduire jusqu'à un tiers du montant de cette taxe pour les entreprises qui payent leurs impôts en France ». Boris Cassel et Séverine Cazes, « "Taxer les géants du numérique, une question de justice fiscale", affirme Bruno Le Maire », *Le Parisien*, 2 mars 2019.

21. Ministère de l'Économie et des Finances, *Baisser les impôts, préparer l'avenir*, Projet de loi de finances 2020, 27 septembre 2019.

22. Albéric Montgolfier, *Rapport fait au nom de la commission des finances sur le projet de loi, adopté par l'Assemblée nationale après engagement de la procédure accélérée, portant création d'une taxe sur les services numériques et modification de la trajectoire de baisse de l'impôt sur les sociétés*, Sénat, 15 mai 2019, p. 68.

16. Hervé Gattegno, « Fiscalité des GAFAs : Bruno Le Maire annonce une directive européenne à venir », *Le Journal du Dimanche*, 3 mars 2018.

17. Reuters, « Une proposition européenne pour taxer les "GAFAs" », 9 septembre 2017.



## CHAPITRE 2

### Le traitement fiscal des GAFAs

On entend parfois que les GAFAs bénéficient globalement d'un traitement fiscal plus favorable que celui des grandes entreprises canadiennes, certains médias rapportant même que leur taux réel d'imposition se situe entre 0 et 5 %<sup>23</sup>. Est-ce le cas? Pour répondre à cette question, nous avons comparé les taux d'imposition effectifs des GAFAs et ceux des plus grandes entreprises canadiennes. Cela mène à deux conclusions : la première est que les GAFAs sont imposées de façon significative; la seconde est que ce traitement fiscal est semblable à celui des entreprises canadiennes.

#### Les GAFAs sont imposées de façon significative

L'analyse des résultats annuels des GAFAs permet d'avoir une vision concrète de leurs contributions fiscales au titre de l'impôt sur les revenus. Elle montre que les GAFAs, loin d'échapper à l'impôt, sont fiscalisées de façon significative, avec un taux d'imposition sur leurs profits de 24 % sur cinq et dix ans.

Les résultats annuels, publiés sous le contrôle de la U.S. Securities and Exchange Commission (SEC), l'organisme fédéral de réglementation et de contrôle des marchés financiers, précisent en effet les bénéfices avant impôts et les provisions pour impôts sur ces bénéficiaires. Ils présentent les taux d'imposition effectifs par exercice et permettent de calculer les taux d'imposition moyens sur cinq et dix ans (voir l'Annexe).

Le Tableau 2-1 présente l'agrégation des données pour Google (Alphabet), Apple, Facebook et Amazon pour les cinq et dix dernières années. Il montre que leur charge fiscale au chapitre de l'impôt sur les sociétés a représenté 188 milliards \$US entre 2009 et 2018, pour des bénéfices de 780 milliards \$US, ce qui donne un taux d'imposition moyen à 24 % pour les dix dernières années. Le taux est le même si on ne considère que les cinq dernières années.

Si l'on regarde les résultats année par année (voir le Tableau 2-2), on constate des variations significatives entre 2017 (31 %) et 2018 (15 %). Cette baisse importante est liée à l'adoption par le Congrès américain du *Tax Cuts and Jobs Act* (TCJA). Adopté le 22 décembre

2017, cette loi a réformé en profondeur la fiscalité américaine sur les sociétés<sup>24</sup>. Le portrait des taux d'imposition réels pour les cinq ou dix prochaines années pourrait donc être passablement différent de celui des dernières années. Si c'est le cas, ce sera une conséquence de l'application d'un nouveau régime fiscal plus favorable à l'ensemble des entreprises basées aux États-Unis, et non en raison d'un traitement préférentiel envers les géants du web. La réponse canadienne à ce problème réel devrait être d'abaisser le taux d'imposition des sociétés œuvrant sur son territoire.

**Les GAFAs, loin d'échapper à l'impôt, sont fiscalisées de façon significative, avec un taux d'imposition sur leurs profits de 24 % sur cinq et dix ans.**

L'imposition des GAFAs est aussi supérieure à ce à quoi on aurait pu s'attendre. Selon les fiscalistes de l'OCDE, le taux d'imposition effectif moyen (TIEM) des sociétés était de 20,5 % en 2017, tous pays et secteurs d'activités confondus<sup>25</sup>. Cela montre que, loin d'échapper à l'impôt, les GAFAs en assument une partie significative. Mais comment se comparent les taux d'imposition réels des grandes entreprises américaines du numérique à ceux des entreprises canadiennes?

#### Le taux d'imposition des GAFAs est semblable ou supérieur à celui des grandes entreprises canadiennes

Les GAFAs bénéficient-ils d'un traitement fiscal plus favorable que celui imposé aux grandes entreprises canadiennes au cours des cinq ou dix dernières années?

24. Le taux légal d'imposition a été ramené de 35 % à 21 % à compter de 2018. Certaines déductions sont supprimées ou plafonnées (paiements d'intérêts d'emprunts), mais les entreprises gagnent en contrepartie la possibilité de déduire de leur base taxable l'intégralité du coût de leurs investissements hors immobilier jusqu'en 2022. La réforme concrétise le passage à un système territorial pour les multinationales. L'imposition des bénéfices réalisés à l'étranger par les multinationales est supprimée et le stock de bénéfices auparavant détenus à l'étranger fait l'objet d'un impôt ponctuel de 15,5 % (8 % pour les actifs illiquides). Des dispositifs ont été mis en place pour imposer les « super profits » réalisés à l'étranger grâce à la propriété intellectuelle et lutter contre l'érosion des assiettes fiscales. Voir par exemple Tax Foundation, « Preliminary Details and Analysis of the Tax Cuts and Jobs Act », Special Report, no 241, décembre 2017.

25. OCDE, *Statistiques de l'impôt sur les sociétés*, Première édition, 2019, p. 17. Si l'on s'en tient aux taux légaux moyens d'impôt sur les sociétés constatés dans l'étude de l'OCDE, les chiffres étaient de 21,4 % en 2018, contre 28,6 % en 2000 (page 8). Si l'on retire les juridictions ayant un taux nul, ils étaient respectivement de 23,7 % et 32,2 % (page 11).

23. Annick Poitras, « Comment imposer les géants du Web? », *L'actualité*, 1<sup>er</sup> novembre 2019.

Tableau 2-1

Taux d'imposition effectif des GAFAs, 5 et 10 ans				
Société	Période de calcul	Bénéfice avant impôt, \$US	Impôt payé sur le bénéfice	Taux d'imposition effectif
Alphabet Inc. (GOOGL)	5 ans	124 milliards	30 milliards	25 %
	10 ans	184 milliards	43 milliards	23 %
Apple Inc. (AAPL)	5 ans	324 milliards	78 milliards	24 %
	10 ans	495 milliards	122 milliards	25 %
Facebook Inc. (FB)	5 ans	70 milliards	15 milliards	21 %
	10 ans	76 milliards	18 milliards	23 %
Amazon.com, Inc. (AMZN)	5 ans	20 milliards	5 milliards	22 %
	10 ans	25 milliards	6 milliards	24 %
4 GAFAs agrégés	5 ans	538 milliards	127 milliards	24 %
	10 ans	780 milliards	188 milliards	24 %

**Note :** Données extraites des résultats s'arrêtant au 31 décembre 2018 pour Alphabet, Facebook et Amazon, et au 29 septembre 2018 pour Apple. Calculs des taux d'imposition effectifs par les auteurs, voir l'Annexe pour le détail et la source des données.

Tableau 2-2

Taux d'imposition effectif agrégé des GAFAs par exercice, 2009-2018			
Année	Bénéfice avant impôt, \$US	Impôt payé sur le bénéfice	Taux d'imposition effectif
2018	144 milliards	22 milliards	15 %
2017	116 milliards	36 milliards	31 %
2016	102 milliards	24 milliards	24 %
2015	100 milliards	26 milliards	26 %
2014	76 milliards	20 milliards	26 %
2013	69 milliards	17 milliards	25 %
2012	70 milliards	18 milliards	25 %
2011	49 milliards	12 milliards	24 %
2010	32 milliards	8 milliards	24 %
2009	22 milliards	6 milliards	27 %

**Note :** Données extraites des résultats s'arrêtant au 31 décembre 2018 pour Alphabet, Facebook et Amazon, et au 29 septembre 2018 pour Apple. Calculs des taux d'imposition effectifs par les auteurs, voir l'Annexe pour le détail et la source des données.

Tableau 2-3

<b>Comparaison des taux d'imposition effectifs des GAFAs et des entreprises du TSX 60</b>		
<b>Moyenne des taux d'imposition</b>	<b>5 ans</b>	<b>10 ans</b>
<b>4 GAFAs (États-Unis)</b>	23 %	24 %
<b>60 entreprises du TSX 60 canadien</b>	20 %	17 %
<b>Écart</b>	3 %	7 %
<b>Somme des impôts payés/Somme des bénéfices avant impôts</b>		
	<b>5 ans</b>	<b>10 ans</b>
<b>4 GAFAs (États-Unis)</b>	24 %	24 %
<b>60 entreprises du TSX 60 canadien</b>	21 %	23 %
<b>Écart</b>	3 %	1 %
<b>Médiane des taux d'imposition</b>		
	<b>5 ans</b>	<b>10 ans</b>
<b>4 GAFAs (États-Unis)</b>	23 %	24 %
<b>60 entreprises du TSX 60 canadien</b>	24 %	24 %
<b>Écart</b>	-1 %	0 %

**Note :** Voir l'Annexe pour le détail des données.

Pour répondre à cette question, nous avons analysé les taux d'imposition effectifs sur les bénéfices des plus grandes entreprises canadiennes, en prenant en considération celles qui sont inscrites au TSX 60.

L'analyse montre que le taux d'imposition moyen des GAFAs est semblable ou supérieur à celui des grandes entreprises canadiennes (voir le Tableau 2-3). Lorsqu'on considère la moyenne des taux d'impositions effectifs (1<sup>ère</sup> série de calculs), on constate que le régime fiscal qui s'applique aux entreprises canadiennes est nettement plus favorable que celui auquel ont été soumises les GAFAs. On arrive à la même conclusion, quoiqu'avec un écart moins prononcé, lorsqu'on recalcule le taux d'imposition moyen en agrégeant les impôts payés et les bénéfices, puis en divisant les premiers par les seconds (2<sup>e</sup> série de calculs), au lieu de faire des moyennes de taux.

Lorsqu'on considère la médiane des taux d'imposition (ce qui évite de tenir compte des queues de distribution), la fiscalité est comparable de part et d'autre de la frontière, avec un léger avantage pour les GAFAs à cinq ans et un alignement à dix ans (3<sup>e</sup> série de calculs).

On trouve des écarts favorables au Canada – mais encore plus significatifs – lorsqu'on reproduit le même exercice en se concentrant sur les seules entreprises du TSX 30 (voir le Tableau 2-4).

**L'analyse comparée des taux d'imposition montre que les GAFAs ont eu une fiscalité significative et comparable aux entreprises canadiennes.**

L'analyse comparée des taux d'imposition montre donc que le prétendu avantage fiscal dont bénéficieraient les GAFAs n'est pas étayé par les faits. Même si la localisation judicieuse des profits a permis aux grands du numérique de diminuer leur fiscalité par rapport aux entreprises n'opérant qu'à partir des États-Unis, force est de constater que les GAFAs ont eu une fiscalité significative et comparable aux entreprises canadiennes, qu'on le mesure depuis cinq ou dix ans.

Tableau 2-4

Comparaison des taux d'imposition effectifs des GAFAs et des entreprises du TSX 30		
Moyenne des taux d'imposition	5 ans	10 ans
GAFAs (États-Unis)	23 %	24 %
30 entreprises du TSX 30 Canadien	10 %	12 %
Écart	13 %	11 %
Somme des impôts payés/Somme des bénéfices avant impôts		
	5 ans	10 ans
GAFAs (États-Unis)	24 %	24 %
30 entreprises du TSX 30 Canadien	21 %	22 %
Écart	3 %	2 %
Médiane des taux d'imposition		
	5 ans	10 ans
GAFAs (États-Unis)	23 %	24 %
30 entreprises du TSX 30 Canadien	20 %	22 %
Écart	3 %	2 %

**Note :** Voir l'Annexe pour le détail des données.

D'un point de vue économique, les chiffres montrent même que ce sont plutôt les entreprises et l'économie canadiennes qui ont été favorisées par rapport aux entreprises américaines dans un passé récent. Le Canada a ainsi, pendant seize ans et jusqu'en 2017, bénéficié d'une fiscalité plus clémentine. Dans les dernières années, l'écart était très significatif, avec une moyenne de 12 points en faveur du Canada entre 2011 et 2017, soit un taux fédéral combiné (fédéral et États) de 39 % aux États-Unis contre 27 % au Canada (fédéral et provinces). La donne a cependant radicalement changé en 2018, le taux combiné américain étant passé sous le taux canadien suite aux réformes adoptées par l'administration Trump (voir la Figure 2-1).

Il ne fait plus de doute aujourd'hui que ce choix d'une fiscalité plus modérée s'est avéré judicieux. L'impôt sur les sociétés est depuis longtemps identifié comme un frein à la croissance (voir l'Encadré 2-1), et les diminutions successives du taux d'imposition fédéral des sociétés entre 2001 et 2012 ont produit des effets très

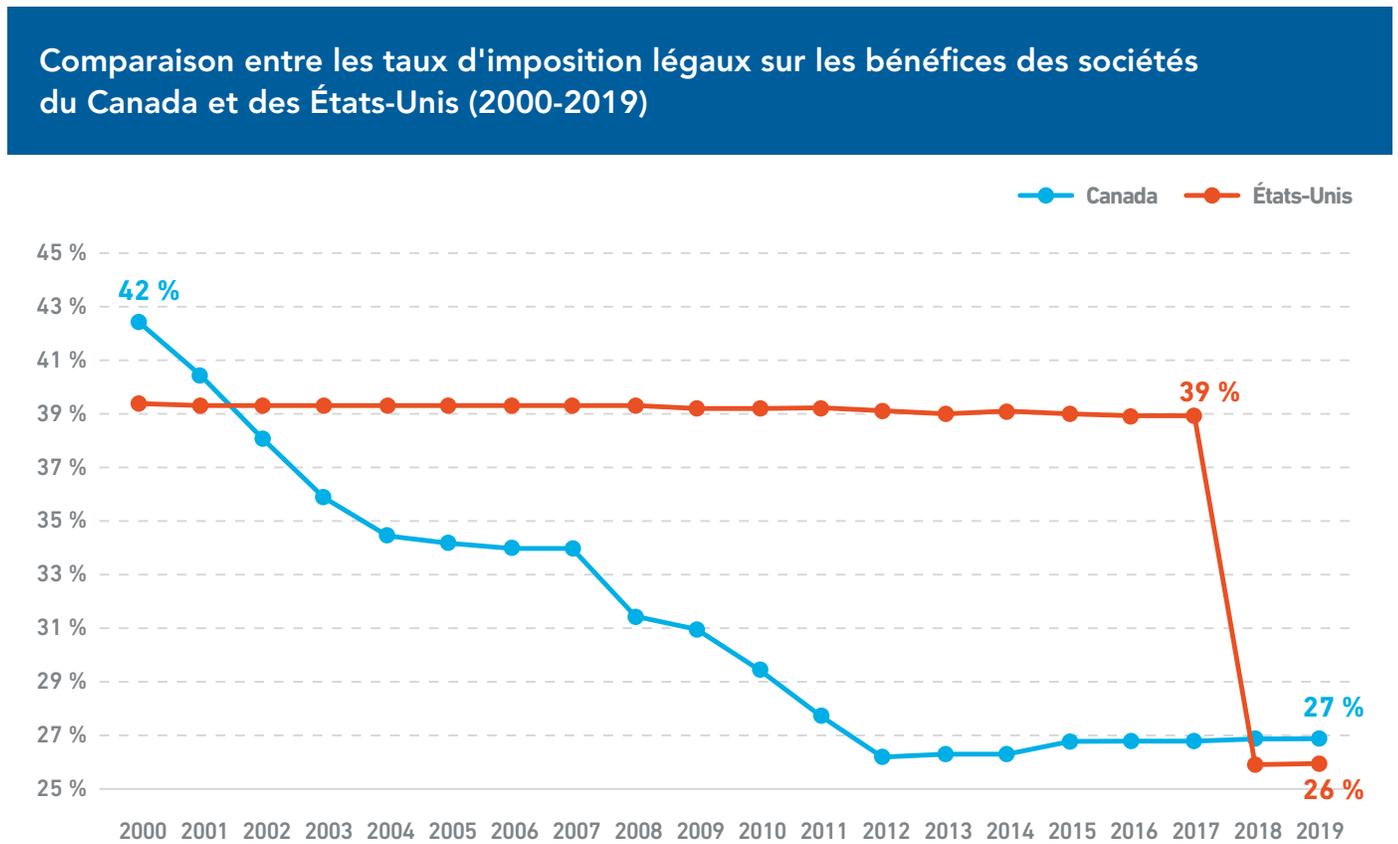
positifs pour les Canadiens, avec une relance de l'investissement et des salaires<sup>26</sup>.

**Le Canada a bénéficié d'une fiscalité plus clémentine. La donne a cependant radicalement changé en 2018, le taux combiné américain étant passé sous le taux canadien.**

Encore ici, l'enjeu en ce qui a trait aux politiques publiques pour le Canada n'est pas l'instauration d'une taxe compensant le prétendu avantage fiscal dont auraient bénéficié les géants américains du numérique; il réside plutôt dans sa capacité à préserver la compétitivité de son économie, suite à la baisse de la fiscalité orchestrée par nos voisins.

26. Mathieu Bédard et Kevin Brookes, « Rétablir la compétitivité canadienne passe par une baisse de l'impôt des entreprises », Note économique, IEDM, octobre 2018.

Figure 2-1



Sources : OCDE, Table II.1. Statutory corporate income tax rate, 2019.



## L'impôt sur les sociétés, un frein à la croissance

De multiples études ont souligné l'impact négatif que l'impôt sur les sociétés peut avoir sur la croissance économique<sup>1</sup>. Une étude approfondie de l'impact de 104 modifications apportées au régime fiscal américain depuis la Seconde Guerre mondiale a montré qu'une augmentation de 1 % de l'impôt fédéral entraîne une baisse de 3 % de la production après deux ans<sup>2</sup>. Une autre étude réalisée par le FMI, portant sur 15 pays développés et analysant 170 réformes fiscales réalisées sur plus de 30 ans, a donné un résultat similaire : une augmentation du fardeau fiscal de 1 % réduit le PIB de 1,3 % au bout de deux ans<sup>3</sup>.

À l'inverse, plusieurs études portant sur le Canada, les États-Unis et de nombreux autres pays ont conclu qu'une réduction de 1 % de l'impôt sur les sociétés peut entraîner une augmentation du PIB de 0,1 à 0,6 %<sup>4</sup>.

Une étude s'intéressant aux provinces canadiennes a notamment relevé qu'une réduction de l'impôt sur les sociétés de 1 % se traduisait par une augmentation de la croissance annuelle allant de 0,1 à 0,2 %<sup>5</sup>. Une autre analyse, portant sur les changements exogènes dans les régimes d'impôts sur les sociétés aux États-Unis depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, a montré qu'une réduction de 1 % de l'impôt sur les sociétés entraînait une croissance du PIB de 0,6 % après un an<sup>6</sup>. D'autres études, l'une analysant les données sur près de 100 ans aux États-Unis, l'autre examinant celles dans 70 pays sur près de vingt ans, sont arrivées à des conclusions semblables.

### Notes

1. Mathieu Bédard et Kevin Brookes, « Rétablir la compétitivité canadienne passe par une baisse de l'impôt des entreprises », Note économique, IEDM, octobre 2018. Voir aussi Gabriel Gimenez-Roche, « La fiscalité et son impact négatif sur les activités d'investissement des entreprises », Note économique, Institut économique Molinari, novembre 2015; Fonds monétaire international, « Will it hurt? The macroeconomic effects of fiscal consolidation », dans : *World Economic Outlook: Recovery, Risk, and Rebalancing*, octobre 2010, p. 93-124; Norman Gemmel et al., « The Timing and Persistence of Fiscal Policy Impacts on Growth: Evidence from OECD Countries », *The Economic Journal*, vol. 121, no. 550, février 2011, p. F33-F58; Jens Arnold et al., « Tax Policy for Economic Recovery and Growth », *The Economic Journal*, vol. 121, no 550, février 2011, p. F59-F80.
2. Christina et David Romer, « The macroeconomic effects of tax changes: Estimates based on a new measure of fiscal shocks », *American Economic Review*, vol. 100, no. 3, p. 763-801, juin 2010.
3. Fonds monétaire international, *op. cit.*, note 1.
4. Sur la base de données portant sur les États-Unis entre 1912 et 2006, des chercheurs ont observé qu'une réduction de 1 % du taux marginal d'imposition moyen peut entraîner une augmentation du PIB par habitant de 0,5 %. Robert J. Barro et C. J. Redlick, « Macroeconomic effects from government purchases and taxes », *Quarterly Journal of Economics*, vol. 126, no 1, février 2011, p. 51-102. Une analyse transversale effectuée sur 70 pays de 1980 et 1997 a montré qu'une réduction de 1 % de l'impôt sur le revenu entraînait une augmentation de la croissance annuelle allant de 0,1 % à 0,2 %. Young Lee et Roger Gordon, « Tax structure and economic growth », *Journal of Public Economics*, vol. 89, no 5-6, p. 1027-1043, juin 2005.
5. Ergete Ferede et Bev Dhalby, « The impact of tax cuts on economic growth: Evidence from the Canadian provinces », *National Tax Journal*, vol. 65, no 3, p. 563-594, septembre 2012.
6. Karel Mertens et Morten O. Ravn, « Empirical evidence on the aggregate effects of anticipated and unanticipated us tax policy shocks », *American Economic Review*, vol. 4, no 2, mai 2012, p. 145-181.

## CHAPITRE 3

### Une taxe additionnelle de 3 % n'est pas banale

Nous avons vu précédemment que les GAFA sont imposées de façon significative et que leur taux d'imposition au cours des cinq ou dix dernières années a été globalement comparable à celui des grandes entreprises canadiennes, voire légèrement supérieur.

Le gouvernement libéral, qui est en cela appuyé par tous les partis d'opposition<sup>27</sup>, a néanmoins promis de taxer les revenus générés au Canada par les GAFA grâce à la vente de publicité en ligne et par leurs services d'intermédiation numérique (*marketplaces*). Les sociétés qui ont des revenus globaux d'au moins 1 milliard \$ par année et des revenus canadiens d'au moins 40 millions \$ seraient ainsi frappés d'une taxe de 3 % sur leur chiffre d'affaires réalisé au Canada<sup>28</sup>. Cela inclurait Google, Amazon, Facebook et Apple, mais des entreprises canadiennes pourraient aussi être touchées.

Cette démarche, qui est calquée sur la démarche française, est loin d'être anodine. Le recours à une taxe supplémentaire sur le chiffre d'affaires est de nature à produire des effets pervers, selon une logique bien documentée par les économistes et les fiscalistes.

Les entreprises sont soumises à différents impôts et charges sur leurs activités. Ceux-ci sont constitués de deux grandes familles : les taxes sur le chiffre d'affaires et l'impôt sur le revenu des sociétés. Contrairement à l'impôt sur le revenu des entreprises, qui est en réalité perçu sur leur profit, les taxes sur le chiffre d'affaires sont calculées sur l'ensemble des activités d'une entreprise, que celle-ci soit profitable ou non. Une telle taxe pourra donc rendre une entreprise non profitable et sera potentiellement prélevée même si une entreprise est déficitaire. C'est ce qui explique pourquoi les taxes sur le chiffre d'affaires sont parmi les plus décriées par les économistes.

Les cas types décrits ci-dessous illustrent quelques-uns des biais inhérents à une taxe sur le chiffre d'affaires. On constate tout d'abord que la mise en place d'une taxe de 3 %, comme celle envisagée par le gouvernement fédéral, a un impact très significatif sur la profitabilité des activités soumises à la taxe, avec un effet

inversement proportionnel à la marge de profit (voir le Tableau 3-1) : la nouvelle taxe diminue de 12 % les bénéfices de l'activité A, dont la marge bénéficiaire brute est de 25 %. La diminution augmente à 25 % pour l'activité B, dont la marge bénéficiaire est de 12 %. Elle grimpe à -50 % pour l'activité C, dont la marge initiale est de 6 %. Si la marge initiale est égale ou inférieure à 3 %, elle disparaît, et les activités de l'entreprise concernée peuvent même devenir déficitaires.

On constate aussi que le gain en termes de recettes publiques lié à la mise en place de la taxe sur le chiffre d'affaires est susceptible d'être en partie amputé par la baisse des recettes provenant de l'impôt sur le revenu – ou plutôt le profit – des sociétés. Le Tableau 3-2 illustre cet effet, en totalisant l'ensemble des activités économiques présentées au Tableau 3-1, et en tenant compte de l'impact de la taxe sur les recettes de l'État provenant de l'impôt sur le revenu.

**Une taxe sur le chiffre d'affaires pourra rendre une entreprise non profitable et sera potentiellement prélevée même si une entreprise est déficitaire.**

Dans notre exemple, un quart des gains liés à la mise en place d'une taxe de 3 % sur le chiffre d'affaires sont effacés par la baisse du rendement de l'impôt sur les sociétés. Ce manque à gagner explique pourquoi la taxe numérique française, calibrée pour rapporter 500 millions d'euros, rapportera sans doute dans les faits 400 millions d'euros<sup>29</sup>. Le fardeau fiscal des entreprises s'en trouve néanmoins accru, et leur profitabilité réduite de façon importante.

Le scénario qu'on vient de décrire tient pour acquis que la taxe n'aura pas d'impact sur le chiffre d'affaires des entreprises visées. Le gain pour les finances publiques peut être amoindri davantage si la baisse de profitabilité conduit des entreprises à délaisser un marché où une taxe sur le chiffre d'affaires est en vigueur au profit de marchés plus rentables. C'est ce que montre le Tableau 3-3. Dans ce scénario, qui totalise encore une fois les activités économiques présentées au Tableau 3-1, l'intérêt de la nouvelle taxe du point de vue des finances publiques est considérablement diminué, en raison d'une réduction de l'activité des entreprises proportionnelle à

27. Jonathan Montpetit, « How it suddenly became chill to tax Netflix and other web giants », CBC.ca, 12 octobre 2019.

28. Bureau du directeur parlementaire du budget, *op. cit.*, note 2.

29. Boris Cassel et Séverine Cazes, *op. cit.*, note 20.

Tableau 3-1

<b>Impact d'une taxe de 3% sur la rentabilité de différentes activités économiques, selon la marge de profit</b>				
<b>Activité A (25 % de marge brute)</b>	<b>Sans taxe sur le chiffre d'affaires</b>	<b>Avec taxe sur le chiffre d'affaires</b>	<b>Variation, \$</b>	<b>Variation, %</b>
Chiffre d'affaires	100,00 \$	100,00 \$	0,00 \$	0 %
Taxe sur le chiffre d'affaires, 3 %		-3%		
Taxe sur le chiffre d'affaires, \$CA		-3,00 \$	-3,00 \$	
Marge de profit, % (après taxe)	25 %	22 %		
Marge en \$ (profit avant impôt)	25,00 \$	22,00 \$	-3,00 \$	-12 %
Impôt, % (25 %)	-25 %	-25 %		
Impôt, \$	-6,25 \$	-5,50 \$	0,75 \$	-12 %
<b>Profit après impôt, \$</b>	<b>18,75 \$</b>	<b>16,50 \$</b>	<b>-2,25 \$</b>	<b>-12 %</b>
<b>Activité B (12 % de marge brute)</b>	<b>Sans taxe sur le chiffre d'affaires</b>	<b>Avec taxe sur le chiffre d'affaires</b>	<b>Variation, \$</b>	<b>Variation, %</b>
Chiffre d'affaires	100,00 \$	100,00 \$	0,00 \$	0 %
Taxe sur le chiffre d'affaires, 3 %		-3 %		
Taxe sur le chiffre d'affaires, \$CA		-3,00 \$	-3,00 \$	
Marge de profit, % (après taxe)	12 %	9 %		
Marge en \$ (profit avant impôt)	12,00 \$	9,00 \$	-3,00 \$	-25 %
Impôt, % (25 %)	-25 %	-25 %		
Impôt, \$	-3,00 \$	-2,25 \$	0,75 \$	-25 %
<b>Profit après impôt, \$</b>	<b>9,00 \$</b>	<b>6,75 \$</b>	<b>-2,25 \$</b>	<b>-25 %</b>
<b>Activité C (6 % de marge brute)</b>	<b>Sans taxe sur le chiffre d'affaires</b>	<b>Avec taxe sur le chiffre d'affaires</b>	<b>Variation, \$</b>	<b>Variation, %</b>
Chiffre d'affaires	100,00 \$	100,00 \$	\$0,00 \$	0 %
Taxe sur le chiffre d'affaires, 3 %		-3 %		
Taxe sur le chiffre d'affaires, \$CA		-3,00 \$	-3,00 \$	
Marge de profit, % (après taxe)	6 %	3 %		
Marge en \$ (profit avant impôt)	6,00 \$	3,00 \$	-3,00 \$	-50 %
Impôt, % (25 %)	-25 %	-25 %		
Impôt, \$	-1,50 \$	-0,75 \$	0,75 \$	-50 %
<b>Profit après impôt, \$</b>	<b>4,50 \$</b>	<b>2,25 \$</b>	<b>-2,25 \$</b>	<b>-50 %</b>

**Note :** Calculs des auteurs. Les simulations sont effectuées pour des activités pratiquées au Canada et assujetties à une taxe sur les services numériques de 3 % et un taux d'impôt cumulé sur le revenu des sociétés de 25 %.

Tableau 3-2

Effet de la taxe sur l'économie si la taxe n'affecte pas les chiffres d'affaires				
Si les entreprises ne modifient pas leurs activités	Sans taxe sur le chiffre d'affaires	Avec taxe sur le chiffre d'affaires	Variation, \$	Variation, %
Chiffre d'affaires	300,00 \$	300,00 \$	0,00 \$	0 %
Profit après impôt, \$	32,25 \$	25,50 \$	-6,75 \$	-20,9 %
Taxe sur le chiffre d'affaires, \$	0,00 \$	9,00 \$	9,00 \$	
Impôt, \$	10,75 \$	8,50 \$	-2,25 \$	-20,9 %
Recettes totales	10,75 \$	17,50 \$	6,75 \$	62,8 %

**Note** : Calculs des auteurs. Si la mise en place de la taxe ne modifie pas le comportement des acteurs économiques, elle génère 6,75 \$ une fois prises en compte les recettes liées à la nouvelle taxe (+9,00 \$) et le manque à gagner au titre de l'impôt sur les sociétés (-2,25 \$).

Tableau 3-3

Effet sur l'économie si la taxe entraîne une réduction des chiffres d'affaires proportionnelle à son effet sur la rentabilité des activités				
Si les entreprises contractent leurs activités en proportion de la baisse de leur rentabilité	Sans taxe sur le chiffre d'affaires	Avec taxe sur le chiffre d'affaires	Variation, \$	Variation, %
Chiffre d'affaires	300,00 \$	213,00 \$	-87,00 \$	-29,0 %
Profit après impôt, \$	32,25 \$	20,71 \$	-11,54 \$	-35,8 %
Taxe sur le chiffre d'affaires, \$	0,00 \$	6,39 \$	6,39 \$	
Impôt, \$	10,75 \$	6,90 \$	-3,85 \$	-35,8 %
Recettes totales	10,75 \$	13,29 \$	2,54 \$	23,7 %

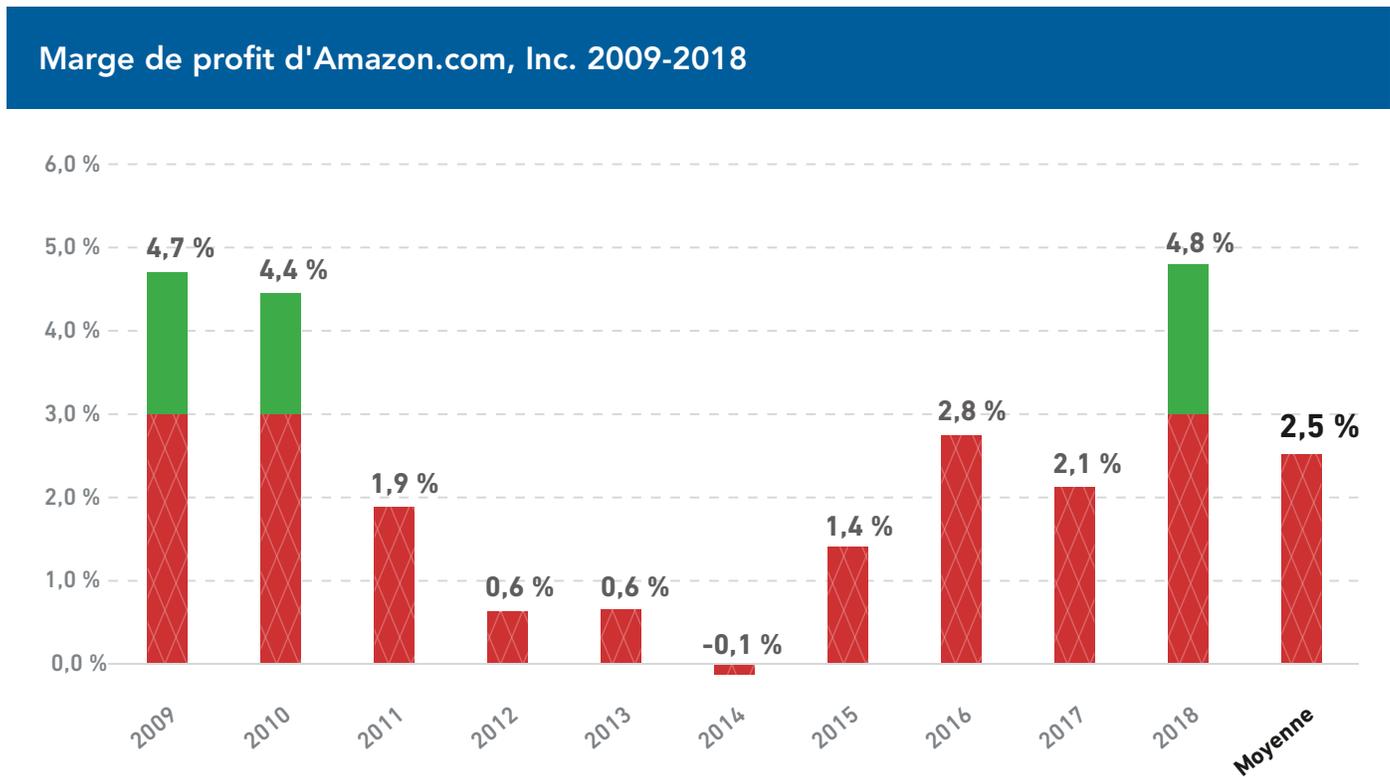
**Note** : Calculs des auteurs. Si la mise en place de la taxe entraîne une contraction des chiffres d'affaires proportionnelle à celle des profits, elle peut en théorie réduire les recettes publiques totales. Ce serait le cas par exemple si les pertes de recettes (impôts sur les sociétés) s'avéraient supérieures aux gains (taxe sur le chiffre d'affaires).

la baisse de leur rentabilité. La plus grande partie du gain en recettes fiscales provenant de la taxe sur le chiffre d'affaires est ainsi annulée par la baisse de celles provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés. À cela s'ajoute l'impact non négligeable sur l'emploi, les salaires et l'économie en général.

D'ailleurs, cet effet de contraction peut être atteint sans qu'il n'y ait de diminution de l'activité économique par rapport à la situation actuelle. Il suffirait par exemple que les acteurs numériques se contentent de moins prioriser le marché canadien par rapport au reste du monde dans les années à venir, et que la croissance de ce dernier soit réduite d'autant.

**La plus grande partie du gain en recettes fiscales provenant de la taxe sur le chiffre d'affaires est ainsi annulée par la baisse de celles provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés. À cela s'ajoute l'impact non négligeable sur l'emploi, les salaires et l'économie en général.**

Figure 3-1



**Note :** Calculs des auteurs, données tirées de Stockrow.com.

L'incidence d'une taxe sur le chiffre d'affaires à 3 % est donc bien moins banale que ce qui peut paraître à première vue. Si cette taxe avait été mise en place au Canada il y a quelques années, elle aurait entravé le développement des activités numériques qui y auraient été assujetties, avec un impact particulièrement ressenti sur les activités à faibles marges.

À titre d'illustration, la marge de profit mondiale d'un acteur comme Amazon au cours des dix dernières années est de 2,5 %, soit en deçà du taux de 3 % prévu pour la taxe. Si une telle taxe avait porté sur la totalité de son chiffre d'affaires, l'entreprise aurait été techniquement en déficit sept années sur dix (voir la Figure 3-1).

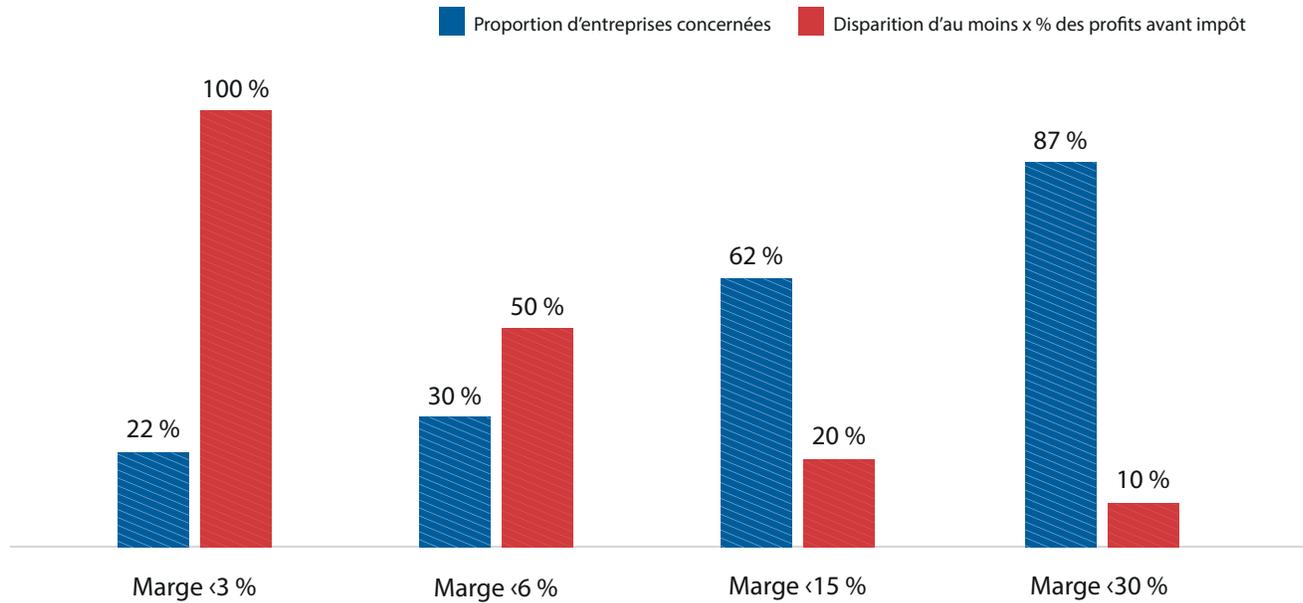
Amazon n'est pas un cas isolé. Si la taxe sur les services numériques avait été appliquée sur l'ensemble des activités des entreprises du TSX 60 depuis dix ans, elle aurait effacé intégralement les profits de près du quart (22 %) d'entre elles, dont la marge était inférieure à 3 %. Elle aurait aussi réduit d'au moins la moitié la profitabilité de 30 % d'entre elles, dont la marge de profit était d'au plus 6 % (voir la Figure 3-2).

**Si la taxe sur les services numériques avait été appliquée sur l'ensemble des activités des entreprises du TSX 60 depuis dix ans, elle aurait effacé intégralement les profits de près du quart (22 %) d'entre elles.**

Bien sûr, la taxe envisagée par le gouvernement canadien ne s'appliquerait qu'aux entreprises actives dans le numérique ou sur la partie de leurs activités qui est concernée. L'exemple des entreprises du TSX 60 montre néanmoins comment une taxe sur le chiffre d'affaires, quelle qu'elle soit, peut avoir un effet catastrophique sur la profitabilité d'une entreprise et décourager l'activité économique dans un secteur donné. De ce point de vue, la démarche est loin d'être aussi anodine que les propositions formulées pendant la campagne électorale ont pu le laisser paraître.

Figure 3-2

### Simulation de l'impact d'une taxe de 3 % sur le chiffre d'affaires des entreprises du TSX 60



**Note :** Si une taxe de 3 % du chiffre d'affaires s'appliquait aux entreprises composant le TSX 60, les quelque 22 % d'entre elles ayant une marge inférieure à 3 % verraient leur profits bruts annulés, les quelque 30 % des entreprises ayant une marge inférieure à 6 % verraient leur profits bruts réduits d'au moins 50 %, et ainsi de suite. Calcul des auteurs, période de dix ans, détails dans l'Annexe.



## CHAPITRE 4

### Une taxe qui pénalisera les entreprises et les consommateurs canadiens

Les effets de la taxe numérique telle qu'envisagée par le gouvernement canadien risquent d'aller bien au-delà des quatre GAFAs pour des raisons liées d'une part au droit international, et d'autre part à la nature perméable de la fiscalité. Elle va vraisemblablement pénaliser l'écosystème numérique canadien, ses entreprises en général et les consommateurs.

### Une taxe qui pénalisera les entreprises numériques canadiennes

Pour des raisons liées au droit international, la taxe canadienne ne pourra pas cibler unilatéralement des entreprises américaines. Une telle démarche serait jugée discriminatoire et pourrait faire l'objet d'un contentieux, ce qui entraînerait la condamnation quasi certaine du Canada par les États-Unis (en vertu de l'article 301 de la *Loi de 1974 sur le commerce*) ou par des instances internationales (l'OMC), et pourrait l'exposer à des sanctions<sup>30</sup>.

Le législateur français a anticipé ce problème. Pour limiter les risques de contentieux, il a pris soin de ne pas exclure les entreprises européennes ou asiatiques du champ d'application de sa taxe, sur le modèle de laquelle la canadienne doit être calquée<sup>31</sup>. Outre les activités visées, le critère principal est le volume d'affaires<sup>32</sup> (et non la localisation du siège social, par exemple). Parmi les entreprises qui seront assujetties à la taxe française, on compte la chinoise Alibaba, la japonaise Rakuten, la néerlandaise Booking, ainsi que des entreprises d'origine française comme Critéo ou Leboncoin<sup>33</sup>.

La nouvelle taxe a naturellement suscité l'opprobre du secteur numérique français. La crainte de ses acteurs, légitime, est qu'elle pénalise les jeunes pousses et les entreprises européennes en croissance. L'Association des services internet communautaires (ASIC) considère qu'avec cette mesure, le ministère des Finances français «taxe très largement toute l'industrie numérique» et

«risque de handicaper les acteurs français dans leur croissance»<sup>34</sup> en leur imposant un fardeau fiscal supplémentaire lors du franchissement des seuils de revenus annuels prévus dans la loi. Comme nous l'avons vu au chapitre précédent, l'imposition d'une taxe de 3 % sur les revenus pourrait réduire à zéro la profitabilité d'une entreprise sur le territoire français ou même la rendre déficitaire. Cela n'est évidemment pas de nature à encourager le développement des activités à plus faible marge, ce qui est souvent le lot des jeunes pousses actives dans le numérique. D'autres regroupements d'entreprises ont fait écho à ces préoccupations<sup>35</sup>.

**En 2016, treize entreprises canadiennes actives dans ce secteur présentaient des revenus annuels supérieurs à 1 milliard \$, tandis que 46 autres présentaient des revenus s'élevant entre 500 millions et 1 milliard \$.**

La taxe posera les mêmes problèmes aux acteurs du numérique canadien. Un rapport récent du gouvernement fédéral a noté qu'en 2016, treize entreprises canadiennes actives dans ce secteur présentaient des revenus annuels supérieurs à 1 milliard \$ (le seuil d'application de l'éventuelle taxe canadienne sur le numérique), tandis que 46 autres présentaient des revenus s'élevant entre 500 millions et 1 milliard \$<sup>36</sup>. Ce sont autant d'entreprises qui pourraient être éventuellement soumises à la

30. United States, *Trade Act of 1974*, Pub. L. 93-618, 88 Stat. 1978; Organisation mondiale du commerce, L'OMC en bref, Règles du commerce mondial.

31. Bureau du directeur parlementaire du budget, *op. cit.*, note 2.

32. Soit des revenus mondiaux annuels de plus de 750 millions d'euros, ou des revenus français de plus de 25 millions d'euros. Legifrance, *op. cit.*, note 19.

33. Matthieu Pelloli et ROSENWEG Daniel Rosenweg, «Amazon, Google, Facebook... une trentaine d'entreprises ciblées par la taxe Gafa», *Le Parisien*, 7 août 2019.

34. Suite de la citation «Une application de jeu en ligne? C'est une interface mettant en relation deux utilisateurs. Un service de cloud? C'est une interface mettant en relation deux utilisateurs. Un téléphone? C'est une interface mettant en relation deux utilisateurs. Un service de lettre recommandée électronique proposé par La Poste? C'est une interface mettant en relation deux utilisateurs. Dans le domaine publicitaire, la mesure va jusqu'à taxer les hébergeurs de simples publicités!». Association des services internet communautaires, «Taxe numérique sur les entreprises : Bercy doit revoir sa copie», 8 février 2019.

35. Selon Tech in France, une association regroupant 400 entités de la jeune pousse aux grands groupes, la taxe française «comporte de nombreuses imperfections touchant les acteurs français concurrents des plates-formes qui sont visées». France Digitale, qui revendique 1200 startups adhérentes, considère que cette taxe sur le chiffre d'affaires «envoie un très mauvais signal à tous les acteurs de l'économie numérique». La taxe risque notamment de provoquer une «intégration dans les deals de rachat de ces start-ups du "coût" anticipé de cette nouvelle taxation sur le chiffre d'affaires». Philippe Mabillet, «Taxation des GAFAs : le projet de Bruno Le Maire réveille les "Pigeons"», *La Tribune*, 2 février 2019; France digitale, *Projet de loi "taxe sur les services numériques"*, Position Paper, 1<sup>er</sup> février 2019.

36. Innovation, Sciences et Développement économique Canada, «L'impératif de l'innovation et de la compétitivité : Saisir les occasions de croissance», Rapport des Tables de stratégies économiques du Canada : Industries numériques, Gouvernement du Canada, 28 septembre 2018.

taxe et voir leur rentabilité diminuée ou anéantie. Il est d'ailleurs ironique que, d'un côté, une branche du gouvernement fédéral s'interroge sur les meilleures façons de faire croître le nombre d'entreprises numériques canadiennes ainsi que leur chiffre d'affaires, tandis qu'une autre envisage une mesure qui aura exactement l'effet contraire.

## Une taxe qui touchera d'abord les consommateurs

En plus de son impact sur les entreprises du numérique, la taxe sur le chiffre d'affaires a de fortes chances de se répercuter dans l'économie canadienne. La théorie et l'histoire économiques ont montré que les taxes sont rarement payées par ceux que l'on croit ou que l'on souhaite taxer. L'analyse économique souligne depuis longtemps déjà que le contribuable « statutaire » ou « juridique » n'est pas nécessairement celui qui assume l'impôt dans la réalité.

L'incidence de la fiscalité dépend en effet de la capacité à reporter la charge de l'impôt sur un tiers, et celui qui assume cette charge est généralement le dernier au bout de la chaîne, le consommateur. Dès 1828, Jean-Baptiste Say précisait que « tout impôt est une charge que le contribuable cherche à rejeter sur les autres membres de la société »<sup>37</sup>. Du point de vue de l'entrepreneur ou de l'économiste, « l'impôt que le producteur est obligé de payer fait partie de ses frais de production (...) il faut bien qu'il augmente le prix de ses produits; et de cette manière fasse supporter au moins une forte partie de l'impôt à ses consommateurs »<sup>38</sup>.

La fiscalité a la capacité de changer les prix, d'induire un changement d'offre et/ou de demande, de contracter les quantités échangées dès lors que la demande est élastique et de réduire l'utilité des acteurs économiques en prenant pour eux la forme d'une perte sèche. D'où les effets négatifs en termes de bien-être, décrits en détail par des générations d'économistes, et notamment par les économistes dits « néoclassiques » ou ceux dits « autrichiens »<sup>39</sup>. Cette porosité de la fiscalité, passant d'un acteur à un autre, est largement connue des éco-

nomistes contemporains. Comme l'ont rappelé Laurence Kotlikoff et Lawrence Summers, « la reconnaissance du fait que la charge de l'impôt n'est pas nécessairement supportée par ceux sur lesquels elle est perçue » constitue même une « contribution distinctive de l'analyse économique »<sup>40</sup>.

**En plus de son impact sur les entreprises du numérique, la taxe sur le chiffre d'affaires a de fortes chances de se répercuter dans l'économie canadienne.**

D'un point de vue économique, la charge fiscale d'un impôt pèse d'autant plus sur un facteur que celui-ci est « inélastique ». L'aptitude à repousser la charge de l'impôt vers le consommateur dépend en effet de l'élasticité prix<sup>41</sup>. Les producteurs ou les distributeurs d'un bien particulièrement recherché, comme l'essence, auront plus de facilité à repousser la charge économique d'une augmentation d'impôts sur leurs clients. *Contra-rio*, un producteur d'un bien faiblement demandé sera moins en mesure de repousser l'augmentation de taxes sur ses clients. À l'extrême, il sera contraint d'absorber l'intégralité de l'impôt. Il y aura donc, dans ce cas, coïncidence entre le producteur, assujéti d'un point de vue statutaire ou juridique, et le payeur d'un point de vue économique. Pour autant, le raisonnement ne s'arrête pas là, car l'analyse de l'incidence fiscale montre que l'entreprise incapable de reporter l'impôt sur ses clients pourra se retourner vers ses salariés ou ses actionnaires. Là encore, les élasticités vont entrer en ligne de compte. Les ajustements qui s'ensuivront dépendront de la sensibilité du capital et du travail au taux effectif d'imposition, comme dans le cas de la consommation<sup>42</sup>.

Au bout du compte, la charge fiscale finit toujours par porter sur des personnes physiques qui sont propriétaires

37. Jean-Baptiste Say, *Cours complet d'économie politique pratique*, Société belge de librairie, 1840 [1828], p. 497.

38. *Ibid.*, p. 507. Extrait complet : « L'impôt que le producteur est obligé de payer fait partie de ses frais de production; c'est une difficulté qu'il rencontre sur son chemin, qu'il ne parvient à surmonter qu'en payant une certaine somme. Et comme il ne peut continuer à produire qu'autant que tous ses frais de production (sa peine comprise) se trouvent remboursés, il faut bien qu'il augmente le prix de ses produits; et de cette manière fasse supporter au moins une forte partie de l'impôt à ses consommateurs ».

39. Voir par exemple Pascal Salin, *La tyrannie fiscale*, Odile Jacob, 2014, 331 pages.

40. Laurence J. Kotlikoff et Lawrence H. Summers, *Tax Incidence series*, NBER Working Paper No. 1864, mars 1986, p. 1.

41. Quand l'élasticité est nulle, la demande ne varie pas à la hausse ou à la baisse si le prix varie; la demande reste donc inchangée, quel que soit le prix. C'est notamment le cas des produits de première nécessité : bien que le prix augmente, la consommation se maintient car il existe peu de produits de substitution. Quand l'élasticité est négative, un changement de prix à la hausse est susceptible de provoquer une variation à la baisse des volumes de la demande (et inversement).

42. Voir par exemple Arnold Harberger, « The Incidence of the Corporate Income Tax », *Journal of Political Economy*, vol. 70, no 3, 1962, p. 215-240; et Laurent Simula et Alain Trannoy, « Incidence de l'impôt sur les sociétés », *Revue française d'économie*, vol. 24, no 3, janvier 2010, p. 3-39.



du capital, salariés et/ou consommateurs<sup>43</sup>. C'est tout l'enjeu de ce genre de taxes. Selon les élasticités des offres et selon les acteurs, leur coût repose en fin de compte sur les consommateurs, les salariés, les actionnaires, les salariés ou les actionnaires des partenaires commerciaux, les salariés ou les actionnaires des partenaires commerciaux des entreprises en contact avec les partenaires, et ainsi de suite.

Dans le cas du numérique, il ne fait aucun doute que les grands acteurs mondiaux – notamment les GAFAs – ont la capacité de reporter l'essentiel du coût de ce genre de taxe sur leurs clients, sur leurs partenaires commerciaux, ou sur les deux. Bénéficiant d'une avance et d'un effet de taille, ils sont plus en mesure de préserver leurs marges après impôt en dégradant le partage de la valeur ou leurs prestations, au détriment des entreprises et des particuliers qui utilisent leurs services et leurs produits.

Dès mars 2019, le cabinet Deloitte | Taj donnait l'alerte quant à l'impact de la future loi française. Selon leurs es-

43. Paul Sauveplane et Laurent Simula, *Où va l'impôt sur les sociétés?*, Document de travail, Conseil des prélèvements obligatoires, Rapport particulier no 6, 2017, p. 5.

**Les grands acteurs mondiaux – notamment les GAFAs – ont la capacité de reporter l'essentiel du coût de ce genre de taxe sur leurs clients, sur leurs partenaires commerciaux, ou sur les deux.**

timations d'incidence fiscale, plus de la moitié (55 %) de la charge totale liée à la nouvelle taxe française sera assumée par les consommateurs, 40 % par les entreprises utilisant les plateformes numériques et seulement 5 % par les grandes entreprises du numérique, celles qui sont pourtant directement ciblées par la loi<sup>44</sup>.

### **Une logique économique implacable**

Toujours en France, l'Institut économique Molinari a souligné de son côté qu'une entreprise comme Amazon était condamnée à reporter le surcoût lié à la taxe. Compte tenu de son taux de marge mondial de 2,5 %

44. Julien Pellefigue, *Taxe sur les services numériques – Étude d'impact économique*, Deloitte | Taj, mars 2019, p. 3.

du chiffre d'affaires sur dix ans (voir le chapitre 3), la mise en place d'une taxation à 3 % impliquera nécessairement une réévaluation de ses façons de faire, ce qui entraînera une dégradation du partage de valeur pour les utilisateurs de son marché virtuel<sup>45</sup>. Comme il fallait s'y attendre, les répercussions de la taxe numérique sur les commerçants français utilisant la plateforme d'Amazon ont été confirmées le 1<sup>er</sup> octobre 2019. L'entreprise a augmenté ses commissions de quelques dixièmes de pourcentage à près de 1,5 % selon les produits, afin de compenser les 3 % de surcoût lié à la taxe numérique.

Le communiqué d'Amazon a expliqué clairement la logique économique implacable derrière la décision de l'entreprise : « Étant donné que nous opérons dans le secteur très concurrentiel et à faible marge du commerce de détail et que nous investissons massivement dans la création d'outils et de services destinés à nos clients et à nos vendeurs partenaires, nous ne sommes pas en mesure d'absorber une taxe supplémentaire assise sur le chiffre d'affaires et non sur les bénéfices. Cette taxe visant directement les services de la marketplace que nous mettons à la disposition des entreprises avec lesquelles nous travaillons, nous n'avons pas d'autre choix que de la leur répercuter »<sup>46</sup>. Comme l'a souligné un journaliste français familier avec le dossier : « On peut donc s'attendre à ce que les vendeurs concernés, à moins de sacrifier leurs marges, répercutent à leur tour, en tout ou partie, la hausse de commission par une hausse de leurs prix. La taxe GAFA serait alors payée au final par les clients »<sup>47</sup>. Jean-Baptiste Say n'aurait pas dit mieux.

On peut donc raisonnablement s'attendre à ce que les entreprises américaines « adaptent leurs services et leurs prix en fonction de la nouvelle loi », comme l'a aussi souligné le Directeur parlementaire du budget dans son analyse des impacts de la taxe numérique, telle que proposée en campagne électorale par le Parti libéral du Canada<sup>48</sup>.

On peut aussi raisonnablement penser qu'une partie des entreprises numériques non américaines n'auront pas les mêmes capacités d'adaptation. Faute d'être en position de force, il leur sera difficile de reporter l'impact de la taxe sur leurs partenaires commerciaux ou sur leurs clients, existants ou à venir. L'effet économique de

la taxe sur les services numériques sera donc assumé avant tout par leurs employés et/ou leurs actionnaires. Il se matérialisera par des progressions de rémunération moindres pour les collaborateurs, les partenaires et les actionnaires, avec une prise de risque plus importante pour tous en raison de la fragilisation des modèles d'affaires. C'est ce qui explique pourquoi l'écosystème numérique français s'est montré particulièrement inquiet de la mise en place de la nouvelle taxe sur les services numériques, et pourquoi un risque du même ordre pèse sur les entreprises canadiennes.

**Plus de la moitié (55 %) de la charge totale liée à la nouvelle taxe française sera assumée par les consommateurs, 40 % par les entreprises utilisant les plateformes numériques et seulement 5 % par les grandes entreprises du numérique.**

En freinant le développement et la croissance des entreprises du numérique, la nouvelle taxe pourrait accentuer de manière durable la dépendance de l'économie canadienne vis-à-vis des entreprises étrangères. Et en fragilisant les acteurs canadiens n'ayant pas atteint une taille critique, la taxe pourrait favoriser les grands groupes américains déjà en place. À l'encontre du discours insistant sur l'importance de voir émerger de nouveaux acteurs du numérique<sup>49</sup>, la taxe risque de contribuer à renforcer la concentration dans ce secteur et la dépendance à une poignée d'entreprises, dans un domaine qui est pourtant en plein essor.

## Une mauvaise nouvelle pour l'économie canadienne

La taxe numérique serait aussi une mauvaise nouvelle pour l'économie canadienne dans sa globalité. La plus grande importance du numérique dans l'offre des acteurs « traditionnels » fait en sorte que la frontière entre l'économie numérique et l'économie traditionnelle s'estompe.

On constate depuis plusieurs années que la quantité de numérique intégrée dans les produits traditionnels ne cesse de croître. Les automobiles, l'électroménager, le matériel médical, notamment, font de plus en plus

45. Nicolas Marques, *La taxation française des services numériques, un constat erroné, des effets pervers*, Institut économique Molinari, 12 mars 2019, p. 31.

46. Thierry Noiset, « Amazon ne veut pas de la taxe Gafa, vous allez donc payer plus cher », *L'OBS*, 1<sup>er</sup> octobre 2019.

47. *Idem*.

48. Bureau du directeur parlementaire du budget, *op. cit.*, note 2.

49. Innovation, Sciences et Développement économique Canada, *op. cit.*, note 36.

appel au numérique. La majorité des entreprises produisant ces biens et les services qui en découlent se rapprochent de jour en jour des caractéristiques d'un acteur du numérique. Il est possible que les entreprises traditionnelles aient compris qu'elles se condamnent à l'appauvrissement « en se coupant du client, en ne profitant pas des rendements croissants promis par l'économie des réseaux, en n'exploitant pas les données qu'elles accumulent »<sup>50</sup>. Si tel est le cas, elles ont tout intérêt à se transformer « elles-mêmes en plateformes » et à placer « en leur cœur les clients consommateurs ».

**En fragilisant les acteurs canadiens n'ayant pas atteint une taille critique, la taxe pourrait favoriser les grands groupes américains déjà en place.**

Dans ce contexte, la taxe sur le service numérique risque de rattraper ces entreprises tôt ou tard. En complexifiant l'équation économique des entreprises traditionnelles souhaitant se transformer en acteurs du numérique, elle pourrait freiner leur capacité à rattraper les « pure players » ayant déjà pris une avance significative, comme les GAFA. La taxe contribuerait ainsi à maintenir le fossé entre les entreprises traditionnelles et celles du numérique, pénalisant une fois de plus nos économies.

---

50. Corinne Vadcar et Jean-Luc Biacabe, *Création de valeur dans un monde numérique*, Institut Friedland, janvier 2017, page 57.



## CHAPITRE 5

### Des risques internationaux pour le commerce et les finances publiques

Les effets d'une éventuelle taxe canadienne sur les GAFAs vont au-delà de leurs seuls effets directs. Le cas français montre en effet qu'on peut s'attendre à deux séries d'effets indirects qui sont de nature à compromettre ponctuellement ou durablement le gain escompté de cette démarche.

#### Des risques internationaux pour le commerce

L'expérience passée et récente montre que ce genre de mesure unilatérale est de nature à générer des tensions entre États. En dépit des précautions prises par les autorités françaises et qui ont conduit à intégrer des entreprises européennes et asiatiques dans le champ d'application de la taxe, les autorités américaines ont entamé des procédures en vertu de l'article 301 de la *Loi de 1974 sur le commerce*<sup>51</sup>. Cette démarche a pour but de déterminer l'équité de pratiques commerciales visant des entreprises américaines<sup>52</sup>.

En parallèle, le président américain a fait monter la pression sur les autorités françaises en multipliant les menaces de rétorsions commerciales à l'encontre du vin français<sup>53</sup>. Ces menaces n'ont pas été formulées au hasard. Les vins et spiritueux constituent le second excédent commercial français, à 13 milliards d'euros<sup>54</sup>, derrière les 31 milliards d'euros en excédent du secteur aéronautique, et devant les parfums<sup>55</sup>. L'aéronautique fait d'ailleurs lui aussi l'objet d'un contentieux entre l'Europe et les États-Unis, dont les producteurs de vins français viennent de faire les frais. Dans le cadre d'un différend sur les subventions perçues par les avionneurs, l'Organisation mondiale du commerce (OMC) a en effet autorisé les États-Unis à infliger des sanctions à hauteur

de 7,5 milliards \$US à l'Union européenne. La France est l'un des pays les plus affectés. Sans surprise, le vin<sup>56</sup> fait partie des nombreux produits français concernés.

**Les États-Unis ont menacé d'imposer des tarifs allant jusqu'à 100 % sur des importations françaises comme le champagne, le fromage, le yogourt et les produits cosmétiques au début de 2020.**

Les autorités françaises avaient pourtant cherché à éliminer ces frictions. Elles pensaient même avoir trouvé un terrain d'entente avec les États-Unis lors du sommet du G7 de 2019, à Biarritz<sup>57</sup>, en s'engageant à rembourser directement aux entreprises américaines l'éventuelle différence entre la taxe française et une taxe du même ordre adoptée à l'issue des négociations qui ont suivi, menées par l'OCDE. Cette démarche, particulièrement généreuse pour les acteurs américains<sup>58</sup>, n'a pas produit les effets escomptés. Début décembre 2019, le bureau du représentant au Commerce des États-Unis a conclu que la taxe française était discriminatoire à l'égard des entreprises américaines et qu'elle les pénalisait de façon indue<sup>59</sup>. Conséquemment, les États-Unis ont menacé d'imposer des tarifs allant jusqu'à 100 % sur des importations françaises comme le champagne, le fromage, le yogourt et les produits cosmétiques au début de 2020<sup>60</sup>.

#### Des risques pour les finances publiques

Au-delà des frictions à court terme, l'expérience française est de nature à crédibiliser et accélérer la réécriture des règles fiscales internationales sous la houlette de l'OCDE. Cette éventualité ne doit pas être prise à la légère et mérite une évaluation économique en

51. Office of the United States Trade Representative, Section 301 investigations, Section 301-France's Digital Services Tax.

52. *L'Opinion*, « Les États-Unis ouvrent une enquête sur la "taxe Gafa" française », 11 juillet 2019.

53. Philippe Boulet-Gercourt, « Trump et la "taxe Gafa" : le vin français va-t-il trinquer ? », *L'OBS*, 20 août 2019.

54. Analyse produit : C11Z – Boissons, Élément de structure – Période de 12 mois (Cumul d'août 2018 à juillet 2019).

55. Ministère de l'Action et des Comptes publics, Révision des statistiques du commerce extérieur sur les importations des produits aéronautiques, Communiqué de presse, 1<sup>er</sup> février 2019 ; Douanes & Droits indirects, « Le chiffre du commerce extérieur », Analyse trimestrielle du 2<sup>ème</sup> trimestre 2019, Département des statistiques et du commerce extérieur, 7 août 2019.

56. Lucie Oriol, « Les sanctions de Trump viseront ces produits français en priorité », *HuffPost*, 3 octobre 2019.

57. « G7 Biarritz : Conférence de presse conjointe avec le Président américain Donald Trump », Élysée, August 27, 2019.

58. L'incidence fiscale pénalise avant tout les entreprises et les consommateurs européens. Voir par exemple Cécile Philippe, « La spirale infernale de la taxe Gafa à la française », *Les Échos*, 16 septembre 2019.

59. Office of the United States Trade Representative, Section 301 – Investigation Report on France's Digital Services Tax, 2 décembre 2019.

60. The Local, « US threatens France with tax of up to 100 percent on Champagne, cheese and lipstick », 3 décembre 2019. La décision américaine était attendue sous peu au moment de publier ce cahier.

amont<sup>61</sup>. L'idée générale est de diminuer la part de l'impôt des entreprises revenant aux pays accueillant les sièges sociaux et d'augmenter celle des pays de « consommation ». Or, si ce processus, négocié dans un cadre multilatéral, est préférable aux approches unilatérales, il ne sera pas nécessairement profitable à tous ses promoteurs. Par exemple, il n'est pas sûr que la France soit significativement gagnante. Les gains liés à la fiscalisation des entreprises du numérique seront probablement effacés en partie par une diminution des entrées fiscales provenant des grands groupes français présents à l'étranger<sup>62</sup>.

**Les recettes fiscales additionnelles  
découlant de l'imposition des revenus  
des entreprises étrangères opérant au  
Canada compenseront-elles la  
diminution de celles provenant  
d'entreprises canadiennes opérant dans  
le reste du monde?**

D'ailleurs, malgré son activisme, le gouvernement français a longtemps avancé « quasiment à l'aveugle » sur ces questions cruciales faute d'avoir effectué des analyses économiques préalables, comme l'a souligné un référé de la Cour des comptes<sup>63</sup>, un organisme comparable au vérificateur général au Canada. Compte tenu des sommes en jeu, cette insouciance est étonnante. L'administration française n'a publié que récemment une étude d'impact sur cette question stratégique, et dont le résultat ne fait pas consensus au sein du gouvernement français<sup>64</sup>.

Le gouvernement fédéral canadien aurait avantage à évaluer précisément s'il est dans son intérêt d'adhérer au processus de révision du partage des impôts des sociétés et aux nouvelles règles internationales qui en se-

ront issues. Les recettes fiscales additionnelles découlant de l'imposition des revenus des entreprises étrangères opérant au Canada compenseront-elles la diminution de celles provenant d'entreprises canadiennes opérant dans le reste du monde? La réponse n'est peut-être pas si certaine qu'elle en a l'air.

61. Raphaël Legendre, « Le remède tranquille de l'OCDE pour taxer les Gafa », *L'Opinion*, 9 octobre 2019.

62. Les simulations du Conseil d'analyse économique rattaché au premier ministre français montrent « qu'une règle de répartition des bénéfices pour les redistribuer partiellement aux marchés de destination (pilier 1 de l'OCDE) aurait un impact négligeable sur les recettes fiscales et un impact légèrement positif sur l'attractivité de la plupart des pays non paradis fiscaux ». Clemens Fuest et al., « Fiscalité internationale des entreprises : quelles réformes pour quels effets? », *Les notes du Conseil d'analyse économique*, no 54, Novembre 2019.

63. Cour des comptes, *Les conventions fiscales internationales*, Note du Premier président à Monsieur Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, et Monsieur Gérard Darmanin, ministre de l'Action et des Comptes publics, 31 mai 2019.

64. Voir par exemple Raphaël Legendre, « Réforme fiscale internationale: la France ne touchera pas le jackpot », *L'Opinion*, 19 novembre 2019.

## CONCLUSION

L'innovation dans l'économie numérique a fait sauter bien des barrières, amenant une nouvelle concurrence et de nouveaux services que des millions de consommateurs apprécient. L'imposition d'une taxe sur le chiffre d'affaires pourrait ralentir ces deux tendances.

Nos décideurs doivent garder à l'esprit qu'aucune société n'est devenue plus prospère en freinant l'innovation. L'ingérence des gouvernements dans les marchés entraîne souvent des conséquences dont il est difficile de mesurer l'étendue. Dans sa forme proposée actuellement, une taxe sur le chiffre d'affaires des entreprises du numérique est – dans le meilleur des cas – une taxe de plus à payer pour les contribuables, et qui changera peu de choses au portrait général. Plus vraisemblablement, elle entraînera une diminution de la qualité des services offerts.

D'une certaine façon, les GAFAs ont été victimes de leur croissance et de leurs succès phénoménaux. Il peut être tentant politiquement de taxer davantage les multinationales étrangères, dont le sort peut susciter moins de sympathie que les entreprises nationales. Il est également vrai que les GAFAs ont fortement dérangé les modèles d'affaires de plusieurs entreprises productrices de contenu qui faisaient l'objet d'une concurrence plus limitée. Cela ne devrait pas faire oublier trois choses.

La première est que c'est la crème du numérique qui est remontée à la surface. Tant Google qu'Amazon, Facebook et Apple ont dû combattre des rivaux au sein de leurs sous-secteurs respectifs avant d'atteindre une domination internationale. Leur réussite n'était pas garantie et leur domination, récente (quinze ans ou moins), ne l'est pas davantage. En fait, s'il y avait une question à poser, c'est pourquoi l'Europe et le Canada n'ont pas réussi à engendrer leur part de gros joueurs du numérique. L'absence de réaction d'Ottawa face aux baisses d'impôt américaines – qui ont anéanti un important avantage canadien – montre que certaines leçons n'ont pas été apprises<sup>65</sup>.

Un deuxième aspect à garder en tête est que les GAFAs ont suivi les règles fiscales applicables à l'ensemble des entreprises, dont celle qui veut que les impôts sur les profits soient généralement payés dans le pays d'origine. La différence principale entre les GAFAs et d'autres multinationales aussi bien établies dans plusieurs pays (dans les secteurs des transports et de l'énergie, par exemple), est que leur croissance a été plus explosive,

et leur succès plus perturbant pour les modèles d'affaires établis.

Le troisième aspect est que les GAFAs n'ont fait que produire avec beaucoup de succès des biens et services très recherchés par les consommateurs, et jusqu'à un certain degré généré une demande qui n'existait pas. Certains services, notamment ceux offerts par Google et Facebook, l'ont été gratuitement, ce qui a entraîné une énorme création de valeur pour leurs consommateurs, que ces derniers évaluent à des milliers de dollars annuellement<sup>66</sup>.

**Google, Amazon, Facebook et Apple ont dû combattre des rivaux au sein de leurs sous-secteurs respectifs avant d'atteindre une domination internationale. Leur réussite n'était pas garantie et leur domination, récente, ne l'est pas davantage.**

Puisque les GAFAs sont bien installées dans leurs marchés respectifs et qu'elles offrent des produits et services à forte valeur ajoutée, elles sont bien mieux placées que d'autres entreprises moins matures pour relier la facture aux consommateurs sans que cela affecte trop leurs modèles d'affaires et leur rentabilité, comme l'a montré la décision d'Amazon d'augmenter sa commission en France. En contrepartie, un alourdissement de la charge fiscale des entreprises du numérique pourrait décourager d'autres entreprises – établies ou non – d'entrer dans ce secteur afin de concurrencer un jour directement les GAFAs. C'est probablement l'argument le plus fort contre une taxation spécifique : en freinant tant l'arrivée que la croissance de nouveaux joueurs, la taxe sur le numérique pourrait s'avérer un mur contre la concurrence.

65. Mathieu Bédard et Kevin Brookes, *op. cit.*, note 26.

66. Erik Brynjolfsson et al., « Using massive online choice experiments to measure changes in well-being », *PNAS*, vol. 116, no 15, 9 avril 2019.



## ANNEXE

### Précisions sur les calculs

Les données sur les GAFAs sont extraites des « Form 10K » de la Securities and Exchange Commission (SEC). Celles sur les entreprises du TSX 60 proviennent de Reuters (séries originelles *pre-tax income* et *income taxes*) et ont été extraites en septembre 2019.

Le taux d'imposition effectif des sociétés (en anglais ECTR, pour *effective corporate tax rate*) est le taux réel auquel une entreprise est imposée au chapitre de l'impôt sur le revenu des sociétés.

Les taux d'imposition effectifs sont calculés en divisant le total de l'impôt sur le bénéfice par le bénéfice de l'entreprise avant impôts – en anglais, *earnings before taxes* (EBT). Sauf exception, les impôts pris en considération sont ceux liés aux profits, par opposition aux autres charges, liés à d'autres assiettes (chiffre d'affaires, masse salariale...).

Pour éviter la volatilité liée aux décalages d'impôts dans le temps, aux mesures fiscales conjoncturelles et aux provisions, nous avons basé notre analyse sur les taux moyens constatés au cours des cinq ou dix derniers exercices annuels. Les calculs ont été effectués en divisant la somme des impôts sur les bénéfices provisionnés/payés par les entreprises concernées sur les périodes correspondantes (cinq ou dix ans) par la somme des bénéfices avant impôts pour cette même période, conformément aux normes U.S. GAAP.

Pour les quatre GAFAs et les entreprises du TSX 60, trois séries de calculs ont été faites. Une première série de calculs a divisé la somme des impôts sur les bénéfices provisionnés/payés par ces entreprises sur une période donnée par la somme des bénéfices avant impôts pour ces mêmes périodes. Une deuxième série a comparé les moyennes des taux d'imposition. Une troisième série a comparé les médianes.

La comparaison des taux sur l'ensemble de la période examinée permet de détecter les tendances : haussière, baissière ou stable.

La cohérence des résultats a été vérifiée pour le TSX 30.

Il est à noter que ces chiffres, qui intègrent les revenus et les profits dans le monde entier, ne représentent pas l'ensemble de la charge fiscale des entreprises en question. Par exemple, ils n'intègrent pas les contributions payées au nom des salariés (cotisations aux régimes d'assurance-emploi ou aux régimes de retraite publics), les taxes sur la masse salariale ou les impôts sur les dividendes versés aux actionnaires.

L'IEDM s'efforce de fournir des informations aussi précises que possible. Ces données sont fournies dans l'objectif d'alimenter le débat économique et ne sont en aucun cas destinées à appuyer des choix d'investissement individuels. L'IEDM ne pourra être tenu responsable des omissions et des inexactitudes dans la mise à jour des données, qu'elles soient de son fait ou du fait

des tiers qui lui fournissent ces informations. Toutes les informations sont données à titre indicatif et sont susceptibles d'évoluer.

### Le champ d'application de la taxe numérique française

La taxe sur les grandes entreprises technologiques envisagée par le gouvernement fédéral reproduira la taxe française.

#### Les services numériques visés par la taxe française sont :

- La fourniture de prestations de ciblage publicitaire en fonction des données des internautes, qu'il s'agisse ou non de données personnelles.
- La vente de données collectées en ligne à des fins de ciblage publicitaire. Une prestation permettant à un annonceur d'afficher des messages publicitaires (comme un lien commandité sur la page de résultats d'un moteur de recherche) sera taxée lorsque ces messages seront ciblés en fonction de la requête de l'utilisateur. Un comparateur de biens ou de services qui se rémunère auprès des personnes dont les offres sont comparées sera taxé sur la base de cette rémunération.
- La mise à disposition d'un service de mise en relation entre internautes, que ce service permette ou non à ces internautes de réaliser des transactions directement entre eux. Une place de marché pour la vente de biens ou de services, entre professionnels, entre consommateurs, ou entre professionnels et consommateurs, un site de rencontres ou un magasin d'applications pourront être concernés.

#### Les services exclus du champ de la taxe française sont :

- La vente directe de biens et de services, y compris de contenus numériques (le commerce électronique, les services de vidéo ou de musique à la demande).
- Les services de messagerie ou de paiement.
- Les services de publicité pour lesquels les messages publicitaires sont déterminés uniquement en fonction du contenu du site internet et identiques pour tous les internautes.
- La vente de données recueillies autrement que par internet ou à des fins autres que publicitaires.
- Les services financiers réglementés.

**Sources :** Bureau du directeur parlementaire du budget, « Estimation des coûts d'une proposition faite en campagne électorale, Imposition des grandes entreprises technologiques », Parlement du Canada, 29 septembre 2019; Ministère de l'Économie et des Finances, « Projet de loi relatif à la taxation des grandes entreprises du numérique », Dossier de presse, 6 mars 2019, p. 6.

Tableau A-1

<b>Bénéfice avant impôt, impôt et taux d'imposition effectif par exercice, 2009-2018</b>			
<b>Alphabet Inc. (GOOGL)</b>			
<b>Fin de l'exercice</b>	<b>Bénéfice avant impôt, \$US</b>	<b>Impôt sur le bénéfice</b>	<b>Taux d'imposition effectif</b>
31/12/2018	35 milliards	4 milliards	12 %
31/12/2017	27 milliards	15 milliards	53 %
31/12/2016	24 milliards	5 milliards	19 %
31/12/2015	20 milliards	3 milliards	17 %
31/12/2014	18 milliards	4 milliards	20 %
31/12/2013	15 milliards	3 milliards	18 %
31/12/2012	14 milliards	3 milliards	21 %
31/12/2011	12 milliards	3 milliards	21 %
31/12/2010	11 milliards	2 milliards	21 %
31/12/2009	8 milliards	2 milliards	22 %
<b>10 ans</b>	<b>184 milliards</b>	<b>43 milliards</b>	<b>23 %</b>

<b>Apple Inc. (AAPL)</b>			
<b>Fin de l'exercice</b>	<b>Bénéfice avant impôt, \$US</b>	<b>Impôt sur le bénéfice</b>	<b>Taux d'imposition effectif</b>
29/09/2018	73 milliards	13 milliards	18 %
30/09/2017	64 milliards	16 milliards	25 %
24/09/2016	61 milliards	16 milliards	26 %
26/09/2015	73 milliards	19 milliards	26 %
27/09/2014	53 milliards	14 milliards	26 %
28/09/2013	50 milliards	13 milliards	26 %
29/09/2012	56 milliards	14 milliards	25 %
24/09/2011	34 milliards	8 milliards	24 %
25/09/2010	19 milliards	5 milliards	24 %
26/09/2009	12 milliards	4 milliards	32 %
<b>10 ans</b>	<b>495 milliards</b>	<b>122 milliards</b>	<b>25 %</b>

Tableau A-1 (suite)

<b>Bénéfice avant impôt, impôt et taux d'imposition effectif par exercice, 2009-2018</b>			
<b>Facebook Inc. (FB)</b>			
<b>Fin de l'exercice</b>	<b>Bénéfice avant impôt, \$US</b>	<b>Impôt sur le bénéfice</b>	<b>Taux d'imposition effectif</b>
31/12/2018	25 milliards	3 milliards	13 %
31/12/2017	21 milliards	5 milliards	23 %
31/12/2016	13 milliards	2 milliards	18 %
31/12/2015	6 milliards	3 milliards	40 %
31/12/2014	5 milliards	2 milliards	40 %
31/12/2013	2,8 milliards	1,3 milliard	46 %
31/12/2012	0,5 milliard	0,4 milliard	89 %
31/12/2011	1,7 milliard	0,7 milliard	41 %
31/12/2010	1,0 milliard	0,4 milliard	40 %
31/12/2009	0,3 milliard	0,0 milliard	10 %
<b>10 ans</b>	<b>76 milliards</b>	<b>18 milliards</b>	<b>23 %</b>

<b>Amazon.com, Inc. (AMZN)</b>			
<b>Fin de l'exercice</b>	<b>Bénéfice avant impôt, \$US</b>	<b>Impôt sur le bénéfice</b>	<b>Taux d'imposition effectif</b>
31/12/2018	11 milliards	1 milliard	11 %
31/12/2017	4 milliards	1 milliard	20 %
31/12/2016	4 milliards	1 milliard	38 %
31/12/2015	2 milliards	1 milliard	61 %
31/12/2014	-0,1 milliard	0,2 milliard	-226 %
31/12/2013	0,4 milliard	0,2 milliard	37 %
31/12/2012	0,4 milliard	0,4 milliard	110 %
31/12/2011	0,9 milliard	0,3 milliard	32 %
31/12/2010	1,5 milliard	0,4 milliard	23 %
31/12/2009	1,2 milliard	0,3 milliard	22 %
<b>10 ans</b>	<b>25 milliards</b>	<b>6 milliards</b>	<b>24 %</b>

Tableau A-2

Agrégats employés dans les calculs pour les valeurs associées aux entreprises composant le TSX 60							
Valeurs, millions \$US							
Entreprises	Bénéfices avant impôts		Impôts sur les bénéfices		Chiffre d'affaires		Dernier exercice financier compilé
	5 ans	10 ans	5 ans	10 ans	5 ans	10 ans	
Agnico Eagle Mines Limited	624	453	440	515	10 454	17 868	31/12/2018
Alimentation Couche-Tard Inc.	8 354	11 434	1 805	2 390	217 091	348 994	28/04/2019
Bank of Montreal	23 939	43 950	4 541	8 361	37 534	72 965	31/10/2018
Bank of Nova Scotia	10 678	21 067	2 181	4 995	16 164	30 930	30/04/2019
Barrick Gold Corporation	-1 509	-4 103	3 964	8 663	43 443	103 992	31/12/2018
Bausch Health Companies Inc.	-7 393	-9 181	-2 894	-3 830	45 488	59 271	31/12/2018
BCE Inc.	15 204	30 819	3 900	7 120	86 289	179 800	31/12/2018
BlackBerry Limited	-1 392	-374	-239	247	8 640	79 787	28/02/2019
Bombardier Inc.	-6 814	-2 007	988	1 981	87 076	181 097	31/12/2018
Brookfield Asset Management Inc.	26 794	39 878	1 539	3 938	160 245	241 398	31/12/2018
Brookfield Infrastructure Partners L.P.	1 410	2 365	439	642	6 245	10 457	31/03/2019
Cameco Corporation	-80	-209	-91	-90	1 823	3 854	30/06/2019
Canadian Imperial Bank of Commerce	6 353	12 287	1 293	2 446	9 866	18 789	30/04/2019
Canadian National Railway Company	19 441	34 840	2 285	6 234	50 110	94 269	31/12/2018
Canadian Pacific Railway Limited	8 787	12 574	1 490	2 321	26 132	51 307	31/12/2018
Canadian Tire Corporation Limited	3 946	7 036	1 048	1 875	50 627	100 650	29/12/2018
Canopy Growth Corporation	-575	-575	11	11	278	278	31/03/2019
CCL Industries Inc.	616	1 185	156	313	5 060	9 560	31/03/2019
Canadian Natural Resources Limited	8 225	22 111	1 509	5 539	62 724	128 774	31/12/2018
Cenovus Energy Inc.	-567	6 534	-783	1 599	65 273	138 358	31/12/2018
CGI Inc.	5 404	7 683	1 374	2 011	42 845	68 857	30/09/2018
Constellation Software Inc.	1 453	1 829	365	345	11 172	15 116	31/12/2018
Dollarama Inc.	2 330	3 455	634	955	11 397	19 309	03/02/2019
Emera Incorporated	2 353	3 482	364	390	17 821	26 970	31/12/2018
Enbridge Inc.	6 951	12 579	422	1 768	154 194	256 639	31/12/2018
Encana Corporation	-2 408	-3 250	-1 948	-3 689	25 119	64 220	31/12/2018
First Quantum Minerals Ltd.	1 878	7 278	978	2 831	16 189	29 557	31/12/2018
Fortis Inc.	4 293	6 314	1 996	2 280	27 775	46 090	31/12/2018
Franco-Nevada Corporation	799	1 233	202	374	2 824	4 347	31/12/2018
Gildan Activewear Inc.	1 712	2 701	52	34	12 972	21 180	31/12/2018

Tableau A-2 (suite)

Agréats employés dans les calculs pour les valeurs associées aux entreprises composant le TSX 60							
Valeurs, millions \$US							
Entreprises	Bénéfices avant impôts		Impôts sur les bénéfices		Chiffre d'affaires		Dernier exercice financier compilé
	5 ans	10 ans	5 ans	10 ans	5 ans	10 ans	
Imperial Oil Limited	10 403	28 334	2 517	6 963	120 416	257 825	31/12/2018
Inter Pipeline Ltd.	2 537	3 671	663	903	7 738	13 229	31/12/2018
Kinross Gold Corporation	-1 692	-6 673	417	1 688	16 506	33 963	31/12/2018
Kirkland Lake Gold Ltd.	680	483	190	197	2 611	3 349	31/12/2018
Loblaw Companies Limited	4 460	9 065	1 423	2 690	177 350	330 565	29/12/2018
Magna International Inc.	13 920	19 327	3 451	4 555	184 993	320 882	31/12/2018
Manulife Financial Corporation	14 350	17 896	1 567	-852	188 580	379 154	31/12/2018
Metro Inc.	3 908	6 907	836	1 641	51 055	106 796	29/09/2018
National Bank of Canada	8 258	15 904	1 408	2 724	11 627	21 983	31/10/2018
Nutrien Ltd.	552	552	-73	-73	37 805	37 805	31/12/2018
Open Text Corporation	2 509	3 323	417	528	11 651	17 792	30/06/2019
Pembina Pipeline Corporation	3 582	4 879	904	1 143	21 807	33 663	31/12/2018
Power Corporation of Canada	16 003	31 322	2 354	5 250	180 459	334 392	31/12/2018
Restaurant Brands International Inc.	4 104	4 871	724	951	19 328	25 607	31/12/2018
Rogers Communications Inc.	7 858	18 210	2 112	4 914	54 032	114 189	31/12/2018
Royal Bank of Canada	53 632	94 156	11 725	20 898	63 631	120 982	31/10/2018
Saputo Inc.	3 630	6 756	883	1 829	44 768	79 172	31/03/2019
Shaw Communications Inc.	3 221	7 333	898	1 938	20 659	42 020	31/08/2018
Shopify Inc.	-181	-187	0	0	2 446	2 520	31/12/2018
SNC-Lavalin Group Inc.	1 359	3 316	422	850	35 648	70 477	31/12/2018
Sun Life Financial Inc.	11 669	16 920	2 029	1 924	101 897	191 197	31/12/2018
Suncor Energy Inc.	11 176	34 686	3 824	12 832	131 077	303 404	31/12/2018
TC Energy Corporation	7 985	18 104	2 042	4 400	47 657	89 896	31/12/2018
Teck Resources Limited	6 140	18 721	2 263	6 450	39 721	86 655	31/12/2018
Telus Corporation	7 593	15 127	1 999	3 797	50 266	100 979	31/12/2018
Thomson Reuters Corporation	5 246	8 892	88	1 195	45 838	111 548	31/12/2018
Toronto-Dominion Bank	43 303	73 572	8 334	13 294	78 292	143 519	31/10/2018
Waste Connections Inc.	1 894	2 317	541	812	16 864	25 065	31/12/2018
Weston George Limited	5 081	10 057	1 511	2 958	183 897	342 748	31/12/2018
Wheaton Precious Metals Corp.	727	2 651	9	14	3 798	6 746	31/12/2018

## Liste des sources

Association des services internet communautaires, « Taxe numérique sur les entreprises : Bercy doit revoir sa copie », 8 février 2019.

Association des services internet communautaires, « Les 6 raisons pour lesquelles la taxe numérique est une mauvaise idée », Paris, 21 janvier 2019.

Robert J. Barro et C. J. Redlick, « Macroeconomic effects from government purchases and taxes », *Quarterly Journal of Economics*, vol. 126, no 1, février 2011, p. 51-102

Matthias Bauer, *Digital Companies and Their Fair Share of Taxes: Myths and Misconceptions*, ECIPE occasional paper, no 3, février 2018.

Matthias Bauer, *Corporate Tax Out of Control – EU Tax Protectionism and the Digital Services Tax*, ECIPE, février 2019.

Mathieu Bédard et Kevin Brookes, « Rétablir la compétitivité canadienne passe par une baisse de l'impôt des entreprises », Note économique, IEDM, octobre 2018.

Mathieu Bédard et Kevin Brookes, « Canadian businesses need a tax cut », *The Globe and Mail*, 25 octobre 2018.

Joël-Denis Bellavance, « Trudeau entend taxer les géants du web... et augmenter la dette », *La Presse+*, 30 septembre 2019

Boris Cassel et Séverine Cazes, « "Taxer les géants du numérique, une question de justice fiscale", affirme Bruno Le Maire », *Le Parisien*, 2 mars 2019.

Commission européenne, « Un système d'imposition juste et efficace au sein de l'Union européenne pour le marché unique numérique », Communication de la commission au parlement européen et au conseil, COM(2017) 547 final, 21 septembre 2017.

Bureau du directeur parlementaire du budget, « Coût des mesures proposées en campagne électorale : prévision de référence », Parlement du Canada, 20 juin 2019.

Bureau du directeur parlementaire du budget, « Estimation des coûts d'une proposition faite en campagne électorale, Imposition des grandes entreprises technologiques », Parlement du Canada, 29 septembre 2019.

Ergete Ferede et Bev Dhalby, « The Impact of Tax Cuts on Economic Growth: Evidence from the Canadian

Provinces », *National Tax Journal*, vol. 65, no 3, p. 563-594, septembre 2012.

Fonds monétaire international, « Will It hurt? The Macroeconomic Effects of Fiscal Consolidation », *World Economic Outlook: Recovery, Risk, and Rebalancing*, octobre 2010, p. 93-124.

France digitale, Projet de loi « taxe sur les services numériques », Position Paper, 1<sup>er</sup> février 2019.

Hervé Gattegno, « Fiscalité des GAFAs : Bruno Le Maire annonce une directive européenne à venir », *Le Journal du dimanche*, 3 mars 2018.

Norman Gemmel et al., « The Timing and Persistence of Fiscal Policy Impacts on Growth: Evidence from OECD Countries », *The Economic Journal*, vol. 121, no 550, février 2011, p. F33-F58.

Jens Arnold et al., « Tax Policy for Economic Recovery and Growth », *The Economic Journal*, vol. 121, no 550, février 2011, p. F59-F80.

Gabriel Gimenez-Roche, « La fiscalité et son impact négatif sur les activités d'investissement des entreprises », Note économique, Institut économique Molinari, novembre 2015.

Jean-Daniel Lévy, « Les Français et la taxe sur les entreprises du numérique », *Harris Interactive*, 6 mars 2019.

Laurence J. Kotlikoff et Lawrence H. Summers, *NBER working paper series tax incidence 3*, Working Paper No. 1864, mars 1986.

Ministère de l'Économie et des Finances, Discours de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, Bercy, 16 novembre 2018.

Ministère de l'Économie et des Finances, « Réconcilier les deux France », 5<sup>e</sup> Sommet de l'Économie, Discours de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, 6 décembre 2018.

Ministère de l'Économie et des Finances, Discours à l'occasion de la 2<sup>ème</sup> lecture du Projet de loi de finances pour 2019, Assemblée Nationale, 17 décembre 2018.

Ministère de l'Économie et des Finances, « Vœux à la presse », Discours de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, 14 janvier 2019.

Ministère de l'Économie et des Finances, « 2<sup>ème</sup> Édition des Rendez-vous de Bercy », Discours de clôture de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, Bercy, 22 janvier 2019.

Young Lee et Roger Gordon, « Tax structure and economic growth », *Journal of Public Economics*, vol. 89 , nos 5-6, p. 1027-1043.

Philippe Mabilie, « Taxation des GAFA : le projet de Bruno Le Maire réveille les "Pigeons" », *La Tribune*, 2 février 2019.

Nicolas Marques, *La taxation française des services numériques, un constat erroné, des effets pervers*, Institut économique Molinari, 12 mars 2019.

Karel Mertens et Morten O. Ravn, « Empirical evidence on the aggregate effects of anticipated and unanticipated us tax policy shocks », *American Economic Review*, vol. 4, no 2, mai 2012, p. 145-181.

Ministère de l'Économie et des Finances, « Projet de loi relatif à la taxation des grandes entreprises du numérique », 6 mars 2019.

OCDE, *Études économiques de l'OCDE : Brésil 2013*, 29 août 2014.

OCDE, *Statistiques de l'impôt sur les sociétés*, Première édition, 2019.

Julien Pellefigue, *Taxe sur les services numériques – Étude d'impact économique*, Deloitte | Taj, mars 2019.

Christina et David Romer, « The macroeconomic effects of tax changes: Estimates based on a new measure of fiscal shocks », *American Economic Review*, vol. 100, no. 3, p. 763-801, juin 2010.

Jean-Baptiste Say, *Cours complet d'économie politique pratique*, Société belge de librairie, 1840 [1828].

Pascal Salin, *La tyrannie fiscale*, Odile Jacob, 2014.

Paul Sauveplane et Laurent Simula, *Où va l'impôt sur les sociétés?*, Document de travail, Conseil des prélèvements obligatoires, Rapport particulier no 6, 2017.

Jack Schickler, « EU Study's Author Doubts Digital Transactions Undertaxed », *Law360*, 6 mars 2018.

Laurent Simula et Alain Trannoy, « Incidence de l'impôt sur les sociétés », *Revue française d'économie* 2009/3, vol. 24, no 3, janvier 2010.

Corinne Vadcar et Jean-Luc Biacabe, *Création de valeur dans un monde numérique*, Institut Friedland, janvier 2017.



# À PROPOS DES AUTEURS



## NICOLAS MARQUES

Nicolas Marques est directeur général de l'Institut économique Molinari (IEM). Docteur en économie (Université d'Aix-Marseille) et diplômé en gestion (EM Lyon), il a débuté sa carrière en enseignant l'économie avant d'exercer des responsabilités marketing et commerciales dans de grands groupes français de gestion d'actifs. Chercheur associé depuis la création de l'IEM, en 2004, il en est devenu directeur général en 2019. Il est l'auteur de plusieurs travaux sur les enjeux fiscaux, les finances publiques, la protection sociale ou la contribution des entreprises. Il publie fréquemment dans *La Tribune* et *Capital*.



## PETER ST. ONGE

Peter St. Onge a été professeur adjoint au Département des affaires internationales de l'Université Feng Chia à Taiwan, fellow à l'Institut Mises et partenaire principal d'un fonds d'investissement privé à Washington, D.C. Il détient un doctorat et une maîtrise en économie de l'Université George Mason et un baccalauréat en économie et sciences politiques de l'Université McGill.



Institut économique de Montréal

Gare Windsor, bureau 351 – 1100, avenue des Canadiens-de-Montréal  
Montréal (Québec) H3B 2S2

T 514.273.0969 F 514.273.2581 **iedm.org**

ISBN 978-2-925043-01-0